

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

JULIANA DA ROCHA PEDROSO

**O DISCURSO JORNALÍSTICO DO MEIO AMBIENTE PELA LENTE  
DA PRAGMÁTICA**

CURITIBA  
2013

JULIANA DA ROCHA PEDROSO

**O DISCURSO JORNALÍSTICO DO MEIO AMBIENTE PELA LENTE DA  
PRAGMÁTICA**

Dissertação apresentada ao Curso de Pós Graduação em Comunicação, Área de concentração de Comunicação e Sociedade, Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Paraná, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Comunicação.

Orientador: Prof. Dr Jair Antonio de Oliveira

CURITIBA  
2013

Catálogo na publicação  
Fernanda Emanoéla Nogueira – CRB 9/1607  
Biblioteca de Ciências Humanas e Educação - UFPR

Pedroso, Juliana da Rocha  
O discurso jornalístico do meio ambiente pela lente da  
pragmática /. – Curitiba, 2013.  
115 f.

Orientador: Profº. Drº. Jair Antonio de Oliveira  
Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Setor de Ciências  
Humanas, Letras e Artes da Universidade Federal do Paraná.

1. Jornalismo 2. Pragmática. 3. Meio ambiente.  
4. Comunicação I. Título.

CDD 070

## FOLHA DE APROVAÇÃO



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ  
SETOR DE ARTES, COMUNICAÇÃO E DESIGN  
PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO  
Rua Bom Jesus, 650 – Juvevê - Fone: 3313-2025

### PARECER

A banca examinadora, instituída pelo colegiado do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, do Setor de Artes, Comunicação e Design da Universidade Federal do Paraná, após argüir o(a) candidato(a) **Juliana da Rocha Pedroso**, em relação ao seu trabalho de dissertação intitulado "**O DISCURSO JORNALÍSTICO DO MEIO AMBIENTE PELA LENTE DA PRAGMÁTICA**" é de parecer favorável à ..... *aprova* ..... do(a) acadêmico(a), habilitando-o(a) ao título de *Mestre* em Comunicação, linha de pesquisa "Comunicação, Educação e Formações Socioculturais" da área de concentração em Comunicação e Sociedade. Curitiba, 06 de março de 2013.

  
Profª Drª Elena Godoi

  
Profª Drª Regiane Regina Ribeiro

  
Prof Dr Jair Antonio de Oliveira  
Orientador e presidente da banca examinadora

A meus pais, **Cleni e Jolberto**, e a meu  
amor, **Alexandre**.

## AGRADECIMENTOS

Primeiramente, a *Deus*, por todas as bênçãos alcançadas e por sempre revigorar meu caminho.

A meus pais – *Cleni e Jolberto* – pelo amor, proteção e incentivo aos estudos. Meu agradecimento a toda a assistência dada para que eu pudesse realizar cada fase e por sempre apoiarem minhas escolhas mesmo sabendo que isso promoveria distâncias e implicaria em saudades.

Ao *Alexandre*, meu amor e companheiro dos tantos desafios em que nos aventuramos. Obrigada por acreditar em minha capacidade e não me deixar desanimar diante das dificuldades e momentos de dúvidas. Pela parceria em encarar as experiências de morar em uma cidade em outro estado e também da realização de um mestrado.

A minha irmã – *Jéssica* – pela parceria e confiança.

Aos tios – *Juarez e Sônia* – que sempre torceram por mim em cada conquista.

Não posso deixar de manifestar também minha gratidão aos queridos *Inês e Celso* que acolheram a mim e ao meu namorado como filhos em Curitiba, proporcionando momentos de descontração nas horas vagas dos estudos.

Ao professor Dr. *Jair Oliveira*, pela disposição, colaboração, ensinamentos e orientações para a concretização dessa pesquisa.

Às professoras Dra. *Elena Godoi* e Dra. *Regiane Ribeiro* pelas valiosas contribuições na banca de qualificação que aprimoraram o desenvolvimento desse trabalho.

À professora Dra. *Gláucia Brito*, agradeço pela atenção com que sempre me recebeste e por me aceitar como sua monitora de docência.

Às professoras Dra. *Luciana Panke*, Dra. *Celsi Brönstrup* e Dra. *Kelly Prudêncio* pela oportunidade de participação na construção e desenvolvimento da revista científica do programa, cuja atividade me proporcionou novos conhecimentos, sendo uma experiência de grande valia.

Aos demais professores e funcionários do PPGCOM pelas aulas, dedicação e vivência.

Minha gratidão também ao professor. Dr. *Elias Mengarda* pelo apoio durante a graduação e a continuidade dos estudos.

Aos colegas do mestrado *Alexandro, Danielle, Tássia, Denner, Douglas e Raul*, a pequena, porém grande, equipe de 2011-2012. Minha gratidão, em especial, a Danielle que sempre se dispôs a me ajudar com a entrega de relatórios e trabalhos, quando eu não tinha como entregá-los.

Aos meus amigos e familiares por me compreenderem quando muitas vezes não pude estar presente em momentos importantes.

À UFPR, pela estrutura e oportunidade de cursar uma Pós Graduação na minha área de formação.

À CAPES, pela bolsa de estudos que permitiu com que eu pudesse realizar o mestrado, e conseqüentemente essa pesquisa.

A todos que de alguma forma contribuíram e torcem pelo meu sucesso profissional e pessoal.

A palavra é muito mais  
Que um som articulado  
Que um meio de comunicação  
Que uma dicção  
Um conjunto de letras e fonemas  
... Um termo vocábulo...  
A palavra é acima de tudo  
Um veículo que transporta  
Toneladas de expressões  
Uma infinidade de linguagem  
Milhares de significados intrínsecos...

*Nildo Lage*

Não é possível existir  
Naquilo que eu não fui  
Naquilo que eu não vivi  
Mas é possível crescer através  
Daquilo que eu tentei  
Daquilo que eu busquei  
Daquilo que eu senti

*Pablo Neruda*



## RESUMO

Em razão de o meio ambiente ser um assunto de relevância e tendo em vista que o jornalismo ajuda a construir formas de pensar e agir, o presente trabalho se dedica a investigar o discurso jornalístico. Optando pela mídia de revista, analisou-se quais estratégias são investidas pela revista Planeta para levar informações e conhecimentos aos seus leitores, com o intuito de compreender como o meio ambiente é comunicado. Esta pesquisa utiliza a pragmática, contextualizando-a como uma perspectiva em relação ao uso da linguagem no jornalismo para realização do estudo. O objetivo geral foi verificar quais conteúdos sobre o meio ambiente são oferecidos e como são proporcionados ao público de diálogo da revista. Para a constituição do *corpus*, foi selecionada uma amostra de 12 edições durante o ano de 2011, a fim de examinar os conteúdos publicados na seção 'Ambiente'. Seguindo a perspectiva teórica de Jacob Mey, a análise foi realizada com base no Princípio da Cooperação e Teoria da Polidez. Os resultados revelam que a maneira indireta é a estratégia encontrada pela revista para comunicar e interagir com o seu público sobre as questões do meio ambiente, com vistas de que estes possam re(pensar) atitudes e comportamentos adotados em relação a preservação do meio em que vivem.

Palavras-chave: Jornalismo. Pragmática. Meio ambiente. Comunicação

## ABSTRACT

Because the environment is an issue of relevance and a view that journalism helps build ways of thinking and acting, this work is dedicated to investigate the journalistic discourse. Opting for magazine media, analyzed which strategies are invested by Planet magazine to bring information and knowledge to its partners in order to understand how the environment is communicated. This research uses the pragmatic, contextualizing it as a perspective on the use of language in journalism. The overall goal was to verify that content on the environment are offered and how they are provided to the public dialog magazine. To make up the *corpus*, we selected a sample of 12 issues during the year 2011, in order to examine the contents published in the 'Environment'. Following the theoretical perspective of Jacob Mey, the analysis was performed based on the Principle of Cooperation and Theory of Politeness. The results show that the strategy is indirectly found the magazine to communicate and interact with their public on issues of the environment, in order that they can re(thinking) attitudes and behaviors adopted regarding the preservation of the they live.

Keywords: Journalism. Pragmatics. Environment. Communication.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA1- PROCESSO DE COMUNICAÇÃO.....	28
QUADRO 1- MÁXIMAS CONVERSACIONAIS E SUAS SUBDIVISÕES PARA ANÁLISE DAS ESTRATÉGIAS INDIRETAS DA POLIDEZ.....	40
FIGURA 2- CAPA REVISTA PLANETA.....	58
QUADRO 2- REPORTAGENS PUBLICADAS NA SEÇÃO AMBIENTE DA REVISTA PLANETA DURANTE O PERÍODO DE JANEIRO A DEZEMBRO DE 2011.....	65
FIGURA 3- NÚMERO DE REPORTAGENS PUBLICADAS POR CATEGORIA NA SEÇÃO AMBIENTE DA REVISTA PLANETA NO PERÍODO DE JANEIRO A DEZEMBRO DE 2011.....	67
FIGURA 4- NÚMERO DE NOTAS JORNALÍSTICAS PUBLICADAS POR CATEGORIA NA SEÇÃO AMBIENTE DA REVISTA PLANETA NO PERÍODO DE JANEIRO A DEZEMBRO DE 2011.....	68
FIGURA 5 – ILUSTRAÇÃO DAS EDIÇÕES EM QUE O CONTEÚDO DO MEIO AMBIENTE, APRESENTADO NA SEÇÃO AMBIENTE DA REVISTA PLANETA, RECEBEU DESTAQUE COMO CHAMADA DE CAPA NO PERÍODO DE JANEIRO A DEZEMBRO DE 2011.....	70

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO.....</b>	<b>12</b>
<b>2 PRAGMÁTICA E O JORNALISMO.....</b>	<b>16</b>
2.1 A LINGUAGEM EM USO.....	17
2.2 O JORNALISMO COMO AÇÃO E INTERAÇÃO.....	21
2.3 PERSPECTIVAS TEÓRICAS DA PRAGMÁTICA E O CAMPO JORNALÍSTICO.....	25
2.3.1 A cooperação pragmática.....	25
2.3.2 A performatividade dos Atos de Fala.....	31
2.3.3 A polidez jornalística.....	34
2.3.3.1 O conceito.....	34
2.3.3.2 As estratégias da polidez.....	38
<b>3 O MEIO AMBIENTE NA INFORMAÇÃO DE REVISTA E SUA RELAÇÃO COM A EDUCAÇÃO.....</b>	<b>42</b>
3.1 A MÍDIA DE REVISTA.....	46
3.1.1 Revista de atualidades.....	46
3.2 A REPORTAGEM.....	53
<b>4 TRAJETÓRIA DA PESQUISA.....</b>	<b>56</b>
4.1 O <i>CORPUS</i> EMPÍRICO.....	56
4.2 DEFINIÇÕES E PROCEDIMENTOS DE ANÁLISE.....	60
<b>5 O MEIO AMBIENTE NA ‘PLANETA’.....</b>	<b>65</b>
5.1 O ENFOQUE DADO AO MEIO AMBIENTE.....	66
5.2 A COOPERAÇÃO NO JORNALISMO.....	72
5.2.1 As chamadas de capa.....	73
5.2.1.1 O modo indireto presente nos textos.....	76
5.2.2 O rompimento dos subprincípios da Cooperação.....	79
5.3 OS USOS LINGÜÍSTICOS NAS LEGENDAS DAS REPORTAGENS.....	84

5.4 AS ESTRATÉGIAS DA POLIDEZ ENCONTRADAS NOS RELATOS JORNALÍSTICOS.....	88
5.4.1Estratégias de usos indiretos.....	89
5.4.2 Estratégia Bald on Record.....	93
5.4.3 A polidez positiva.....	94
5.4.4 A Polidez negativa.....	96
<b>6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>99</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>104</b>
<b>APÊNDICE.....</b>	<b>109</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>111</b>
ANEXO - 1.....	112
ANEXO - 2.....	113
ANEXO - 3.....	114
ANEXO - 4.....	115

## 1 INTRODUÇÃO

A situação ambiental do planeta tem necessitado que seja revisto atitudes e comportamentos adotados pela humanidade. O jornalismo, em vista ao papel que desempenha está incumbido de socializar as informações e proporcionar conhecimentos a respeito do meio ambiente, de modo que pode colaborar para que as pessoas ajam de maneira consciente ao meio em que vivem. Essas questões serviram como motivação inicial para a realização de uma pesquisa sobre o discurso jornalístico.

Em um cenário em que são diversas as formas de se obter e ter acesso a informações e conhecimentos, o presente trabalho volta à atenção aos conteúdos produzidos pelo jornalismo, chegando à questão norteadora, ora apresentada: **Como o jornalismo se posiciona ao reportar o meio ambiente tendo em vista o desenvolvimento de uma mentalidade ecológica das pessoas?**

Para realizar esta pesquisa, julgou-se pertinente averiguar o discurso jornalístico de revista em razão da maior presença do gênero reportagem, cujas características podem proporcionar uma maior reflexão aos assuntos apresentados. Calçada à crença de que a prática cidadã se dá por meio da aquisição de conhecimento, dependendo de como – com que fins – os discursos são elaborados, pode trazer o interlocutor para a discussão proposta ou permitir um distanciamento do mesmo às questões do meio ambiente. Além disso, as estratégias utilizadas nos relatos jornalísticos demarcam o comprometimento que os jornalistas apresentam diante do que é produzido, demonstrando assim o interesse que o produto tem para com a temática ambiental.

Tendo em vista as questões apresentadas, o presente trabalho realiza uma análise da revista **Planeta**, em que investiga conteúdos sobre o meio ambiente que oferecidos e a maneira como são proporcionados ao seu público de diálogo, conduzida por uma perspectiva pragmática de estudo.

Para dar conta de responder ao objetivo principal, foram designados alguns objetivos específicos:

- a) Verificar quais foram os assuntos publicados nas edições que compõem o *corpus* com relação ao meio ambiente a fim de averiguar o enfoque dado ao tema pela revista.
- b) Analisar as estratégias utilizadas pelo periódico para proporcionar conhecimentos e interagir com seus interlocutores baseando-se na Teoria da Polidez e no Princípio da Cooperação para o exame das estratégias adotadas.

No que diz respeito à linguagem humana, a concepção adotada nessa investigação é a da linguagem como uma **forma de ação** ou a realização de atos visando o alcance de determinados efeitos. Nesse sentido, a pragmática se torna pertinente para a investigação, pois se dedica às intenções comunicativas e contextos que circundam o uso das palavras, conforme a proposta defendida por Mey (1993). Visto que os discursos jornalísticos são construídos dirigidos ao alcance de alguns propósitos, os usos linguísticos atuam como mecanismos também de interação. Assim, o presente estudo caracteriza-se como uma perspectiva em relação ao uso da linguagem pela revista.

O *corpus* é composto por 12 edições da revista, coletadas no período de janeiro a dezembro de 2011. Para análise, foi selecionado o conteúdo publicado na seção intitulada 'Ambiente' que resultou em um número de 15 reportagens e 71 notas jornalísticas.

Analisar os conteúdos jornalísticos sobre o meio ambiente tem seu valor por dois motivos: devido à relevância do tema e à função que o jornalismo exerce na construção e (re)orientação de formas de pensar e agir, sendo que ao tratar da temática ambiental a mídia desenvolve uma responsabilidade mais acentuada na divulgação dos conteúdos. As informações devem apresentar um compromisso que vá além do simples relato de determinado assunto. Seu discurso deve permitir que haja reação e posicionamento do interlocutor diante das informações que lhe são apresentadas, buscando contribuir para o desenvolvimento de uma consciência crítica da sociedade em relação à preservação do planeta. O trabalho dos jornalistas, nessa direção, não só se aproxima do campo educacional como frisa a função social que a linguagem pode desempenhar devido a suas possibilidades transformadoras.

O jornalismo de revista também possui sua parcela de contribuição no desenvolvimento de atitudes conscientes. Não só a mídia factual, das “notícias quentes”, mas também “aquela que vai ajudar o leitor em seu cotidiano, em sua vida prática” (SCALZO, 2003, p. 14) pode contribuir para ações em respeito ao meio ambiente.

É pertinente sublinhar que uma questão que também levou a dedicação pelo estudo do jornalismo de revista e da reportagem em si nesse trabalho foi o fato de essa mídia estar presente há 200 anos no Brasil. Dessa forma, torna-se ainda mais relevante dedicar atenção para o discurso desse veículo de comunicação que se consolidou no país como fonte de informação e conhecimento. A escolha pelo recorte temporal do ano de 2011 também não ocorreu de maneira aleatória, levou em consideração os fatos relevantes sobre meio ambiente ocorridos durante o período no cenário nacional e mundial.

Do modo como se propõe esse trabalho para analisar o discurso jornalístico escrito, percebeu-se que ainda não há pesquisas realizadas, admitindo assim uma contribuição para área da comunicação de um estudo que tem na perspectiva pragmática de linguagem o eixo central para sua investigação. No cenário dos trabalhos desenvolvidos que utilizaram o Princípio da Cooperação para analisar conteúdos produzidos, observou-se que os estudos enfocaram discursos televisivos ou análise de filmes. Já pesquisas que encontraram nas estratégias da Polidez o aporte para sua análise dedicaram-se aos anúncios publicitários e entrevistas.

Esta dissertação é composta por seis capítulos, sendo o primeiro a presente introdução. O segundo capítulo tece sobre a pragmática fazendo uma relação ao jornalismo, contextualizando-a como uma perspectiva de uso da linguagem no discurso jornalístico. São descritas algumas perspectivas teóricas da pragmática que servem como apoio à análise dessa investigação. Dentre os autores tomados como base, cabe destacar Austin (1970), Grice (1975) e Mey (1993).

O terceiro capítulo aborda a informação do meio ambiente e seu teor educativo. Versa também a respeito da mídia de revista e sua consolidação como um veículo de transmissão de informações e conhecimentos, percorrendo ainda sobre as características e funções do gênero reportagem nos discursos jornalísticos. A construção deste capítulo apoia-se em autores como Scalzo (2003), referência principal para dar sustentação ao jornalismo de revista, guia-se em Bueno (2007) para tratar da informação do meio ambiente, e também são visitados autores como



Beltrão (1992) e Lage (1999, 2011) para tratar da relação entre jornalismo e educação.

O quarto capítulo apresenta a trajetória metodológica da pesquisa. Explicita-se sobre o *corpus* e os quesitos que delimitaram sua escolha, as definições e procedimentos para a realização da análise, assim como a razão da escolha da pragmática como eixo de estudo.

O quinto capítulo dá conta da análise dos conteúdos publicados na revista Planeta. Primeiramente, é verificado o enfoque dado ao tema pela revista, por meio da capitulação dos assuntos abordados, e em seguida são examinados os usos da linguagem feitos para reportar sobre o meio ambiente, baseando-se no Princípio da Cooperação de Grice (1975) e nas estratégias da Polidez do modelo Brown e Levinson (1987).

Por fim, nas considerações finais, são retomados alguns dos principais aspectos que motivaram o desenvolvimento da pesquisa e sintetizados os resultados apontados pela análise. Também são apresentadas proposições acerca da produção jornalística.

## 2 PRAGMÁTICA E O JORNALISMO

### 2.1 A LINGUAGEM EM USO

Os estudos da linguagem relacionados ao seu uso na comunicação começaram a se tornar visíveis com o desenvolvimento de pesquisas que voltavam atenção aos atos comunicativos entre os interlocutores e as relações extralinguísticas que constituem a significação. Tópicos que as demais áreas da linguagem – semântica e sintaxe – não conseguiam dar conta com suas teorias, cabendo à pragmática o estudo desses fenômenos da comunicação humana.

Ao dedicar-se ao estudo da relação entre o signo e seu usuário<sup>1</sup>, a pragmática trata do “sentido” (significado) que acontece pela relação existente entre o homem e a linguagem, sendo que, os sentidos são construídos no seu **uso**. É com base nisso que Mey (1993, p.42) define a pragmática como o “estudo das condições de uso da linguagem humana que são determinadas pelo contexto da sociedade”.

Para Oliveira (2011, p. 4), a pragmática pode ser entendida como uma “perspectiva de uso geral da linguagem na comunicação”, pois está interessada em como os usuários utilizam a linguagem para interagir em diversas situações. Tal ato é motivado sempre por uma intencionalidade, considerando, como salienta Rajagopalan (1996, p. 113), que “a linguagem é um fenômeno poderoso em si, alheio à vontade humana e, frequentemente, às suas intenções (e pretensões) conscientes”.

Oliveira (2005, p. 16-17) faz uso de um “vocabulário de ações intencionais”, para explicar que a pragmática é ao mesmo tempo:

- Uma metalíngua que serve para os usuários descreverem suas escolhas, restrições e efeitos dos usos linguísticos sobre os participantes da interação, indo-se além do nível da língua objeto.
- Interpretação pessoal das transgressões que fazem parte do “mundo do uso” da linguagem, de acordo com o conhecimento (implícito e explícito) dos usuários e suas crenças, e com as expectativas que decorrem desse conhecimento.

---

<sup>1</sup> Proposto por Charles Morris, em 1938 (OLIVEIRA, 2005).

- Heurística: entendida como um processo descritivo que convergirá para o isolamento dos “limites contextuais” nas especificidades e determinações próprias de cada interação.
- Recontextualização das circunstâncias e condições mais amplas (extralinguísticas) que possibilitam e ordenam as dimensões da produção dos relatos interpessoais que permite observar o “plano de fundo”, onde ocorrem as mediações.
- Possibilidade de uso não-convencional para a linguagem das interações, ou seja, os usuários podem empregar a linguagem de modos não convencionais, desde que se saiba o que está fazendo (intencionalidade).

Dascal (2005, p. 33), por sua vez, resume a tarefa da pragmática ao “estudo do uso dos meios linguísticos (ou outros) por meio dos quais um falante transmite as suas intenções comunicativas e um ouvinte as reconhece”. No entanto, entende-se que nem sempre os propósitos do falante são interpretados da maneira imaginada pelo interlocutor, pois nesse caminho o sentido da mensagem pode sofrer desvios. Tais alterações que podem ocorrer se relacionam à interpretação que o leitor fará e é nesse ponto que se encontra a essencialidade do contexto para a pragmática.

A noção de contexto se torna imprescindível para os estudos do campo da pragmática porque está diretamente ligada aos sentidos das interações entre usuários. Não há uma definição própria ou consensual do termo e sim, abordagens de diversos autores, que procuram compreendê-lo de modo com que se aplique a teorias ao qual defendem.

Escandell (2008), por exemplo, ao definir os elementos básicos da pragmática<sup>2</sup>, identifica o contexto como um lugar (físico) em que se realiza a enunciação, determinado por fatores de espaço e tempo que influem no enunciado. Mey (1993), por sua vez, compreende o contexto como um ambiente que se desenvolve constantemente devido à interação contínua dos falantes. Não necessariamente tendo que ser um ambiente físico, permite que os envolvidos no

---

<sup>2</sup> A autora divide em dois tipos de elementos: materiais e imateriais ou relacionais (relações estabelecidas com os elementos materiais). Os elementos materiais englobam: o enunciado, o contexto e o emissor ou quem está incumbido que produzir as mensagens. Quanto aos elementos imateriais estão a informação pragmática (crenças, conhecimentos, sentimentos, entre outros do indivíduo em uma interação verbal), intenção e relação social.

processo de comunicação possam interagir e tornar suas expressões linguísticas inteligíveis. Dascal (2005) distingue o contexto em dois tipos gerais: o metalinguístico e o extralinguístico, posto que

o primeiro inclui o “texto” ou “discurso” no qual a elocução a ser interpretada está inserida, assim como outros tipos de informação linguística, como a língua e o dialeto do falante, o gênero ao qual pertence esse discurso em particular, o registro que o falante emprega nessa elocução em particular, as normas comunicativas pertinentes à situação específica em que a elocução é proferida, entre outros. Essa noção de “contexto extralinguístico” é generalização de uma noção mais antiga de “co-texto”. O contexto “extralinguístico” inclui informações sobre o “universo de referência ao qual a elocução se refere, o conhecimento de fundo background e de crenças compartilhado entre falante e destinatário, as circunstâncias específicas da situação da elocução, os hábitos e as idiossincrasias do falante e do destinatário (DASCAL, p. 43-44).

Sob esse aspecto, buscar pelo sentido de uma mensagem necessita verificar o contexto, ou seja, a condição de uso da linguagem em que está sendo realizado o enunciado, pois “é do uso que os falantes fazem da linguagem, do processo discursivo e da relação entre interlocutores com o mundo e entre si, que depende a significação da linguagem” (RODRIGUES, 1995, p. 35).

No jornalismo, o processo interacional do falante (jornalista) com seu ouvinte (interlocutor/leitor) parte dos conhecimentos prévios que o jornalista consegue mapear sobre seu público-leitor ao produzir seus discursos, como informações sobre faixa-etária, características culturais, entre outros que fornecerão indícios de “com quem se está falando”. Nesse sentido, reforça-se a necessidade de o jornalista precisar “conhecer” o interlocutor<sup>3</sup> com quem interage, quais são suas maiores preocupações e desejos, para que o discurso daquele determinado periódico tenha êxito ou cumpra sua função social.

Concorda-se com Mey (1993) que os contextos são diferentes para cada pessoa, pois inserida em certa comunidade há compartilhamento de algumas regras, leis e condições de vida (econômica, social, política e cultural). Entretanto, mesmo pertencendo a uma dada comunidade, cada membro possui uma história de vida própria e as informações armazenadas em suas memórias são diferentes e/ou

---

<sup>3</sup> Entende-se neste trabalho que o jornalista não tem como conhecer definitivamente com quem interage, a não ser pelos canais que disponibiliza email, telefone, e seções em seus produtos em que é possível ter um contato/retorno do seu público. Nesse sentido, algumas denominações como leitor implícito, leitor virtual, leitor modelo são utilizadas por autores para referir que o jornalista possui em mente uma ideia do seu interlocutor (seus interesses, por exemplo) ao construir seus discursos.

possuem graus díspares de importância. Sob essa lógica, as mensagens são interpretadas de modos particulares. Mediante o compartilhamento de alguns conhecimentos entre falantes ou pelo fornecimento de pistas contextuais<sup>4</sup> (DASCAL, 2005) nas relações interlocutivas, a interpretação dos enunciados pelos interlocutores pode se tornar mais compreensível e semelhante à de quem os produz.

Com relação a intencionalidade, a definição mais condizente para seu entendimento é a proposta pelo psicólogo Brentano (1973) que entende que intenções e desejos sempre têm conteúdo, são sobre alguma coisa e é isso que caracteriza sua intencionalidade. Como referido no início deste capítulo, a intencionalidade motiva os eventos interlocutivos entre as pessoas. Silva (2006), relaciona essa intenção à noção de *background* ou então conhecimento de fundo (contexto extralinguístico) que o autor aponta ser considerada como uma condição anterior à intencionalidade. Nesse sentido, explica que abrange uma “rede<sup>5</sup> de outras crenças e desejos” (SILVA, 2006, p. 99, grifo do autor) que pode ser considerada como determinante no processo interacional. Junto aos aspectos sociais e culturais, contribui para que haja conexões entre os falantes no sentido de colaborarem na interpretação dos enunciados.

Ao investigar como uma palavra é usada em determinada comunidade de falantes, é pertinente mencionar a atribuição de “formas de vida”, denominada por Wittgenstein (1999) para referir ao fato de cada uso feito da língua constituir “jogos linguísticos” que refletem as condições sociais e culturais de cada comunidade. No sentido da linguagem como ação, ou seja, um ato possível de interação que acontece ao se fazer o uso da linguagem, concorda-se que não “há um sentido prévio, instalado, consagrado nas palavras, frases, enunciados. Tudo se constrói no momento, no choque” (MARCONDES FILHO, 2007, p. 101).

Por compreender aspectos da vida real, a certo ponto, o jornalismo reflete “formas de vida” (WITTGENSTEIN, 1999). Ao produzir os enunciados, os jornalistas articulam diversas estratégias a fim de alcançar determinados objetivos com a

---

<sup>4</sup> Será abordado mais sobre isso no próximo tópico.

<sup>5</sup> A “rede” destacada pelo autor envolve situações de cotidiano, desejos, valores, entre outros elementos que para a pragmática também fazem parte do universo contextual dos falantes.

veiculação de tal mensagem. O sentido, então, estará relacionado aos usos que serão feitos de tal palavra na situação empreendida.

Mey (1993, p. 48, tradução minha) ressalta o fato de que “as mensagens não são meros ‘sinais’, retransmitidos por canais abstratos; a expressão humana funciona como um meio de união social, de solidariedade com os outros e que os atraí<sup>6</sup>”. Há de se considerar também que às vezes o falante utiliza a linguagem para ferir o seu interlocutor. A visão exposta pelo autor vai ao encontro dos propósitos do jornalismo, pois por meio dos usos da linguagem se permite uma interação verbal em que o jornalista tenta, mediante seu discurso, estabelecer uma relação harmoniosa com seu interlocutor. No caso, o público de diálogo é entendido como o objetivo central da veiculação de uma mensagem.

Pensar uma relação da pragmática com a comunicação se torna mais oportuna ao se adotar o pensamento de linguagem como **ação** (AUSTIN, 1970), que pode ser relacionada, de fato, com a chamada “perspectiva acional”<sup>7</sup>, proposta por Rodrigues (1995), que provém da realização de atos de linguagem que de alguma forma atuam e interferem na transformação do mundo. Pinto (2006), nesse sentido, atribui que “qualquer tentativa de descrição da comunicação que exclua os aspectos sociais é considerada inócua e ineficiente para a pesquisa pragmática”. Pela visão da linguagem encarada como ação, a pragmática busca identificar as condições de produção dos atos de fala que circundam a efetivação dos processos interlocutivos.

O jornalismo, ao buscar surtir efeitos desejados com o que produz, utiliza da linguagem de variadas formas no alcance desses propósitos, pois há situações em que se deseja informar alguém sobre algo, outras em que a intenção é alertar de alguma coisa, debater sobre algum assunto que possa ser importante e assim por diante. Nesse sentido, utilizar a linguagem “é sempre permitir ou solicitar um pergunta do tipo: Com que fins? Como? Por quê?” (OLIVEIRA, 2011, p. 4) os conteúdos são produzidos.

Ao refletir a respeito da necessidade do homem em se interrelacionar para se sentir membro da sociedade e levando em consideração que ele participa de

---

<sup>6</sup> No original “Messages are not Just ‘signals’, relayed through abstract channels; the human expression functions as a means of social togetherness, of solidarity with, an appeal to, other users”.

<sup>7</sup> Termo criado pelo autor para distinguir tipos de perspectivas da pragmática na dimensão da comunicação.

jogos de linguagem (WITTGENSTEIN, 1999), entende-se que é em meio ao exercício desta atividade que o usuário aprende como utilizar as expressões linguísticas de modo que façam sentido, ou seja, como descrever, interrogar, entre outros empregos. Ademais, para o alcance de uma determinada significação é preciso levar em conta, conforme já referido anteriormente, as circunstâncias contextuais em que tal palavra é proferida.

Silva (2006, p. 100) torna clara essa questão ao explicar que “pode uma palavra possuir um significado dentro de um contexto de uma oração quando faz parte de um jogo de linguagem, porém, terá o significado modificado quando pertencer a outro”. É por esse caminho que se guiam as significações. Austin (1970), compartilhando dessa ideia, reforça a necessidade do contexto para que seja possível a realização com sucesso dos atos de fala.

Pensando na função do jornalismo, nesse sentido, é possível verificar que o mesmo atua como um tipo de jogo de linguagem, se considerado que o ato de informar, por exemplo, carrega uma força ilocucional e perlocucionária que tende para efeitos de atitude e comportamento. Chaparro (2007) afirma que pelo fato de o jornalismo envolver ações, afazeres e contextos, atua como um processo social e cultural de mediação entre falantes e ouvintes. Sob esse aspecto, os discursos produzidos pelos falantes fazem parte da “fábrica social”, em que não só as palavras se entrelaçam, mas também atos e vidas humanas (MEY, 1993).

## 2.2 O JORNALISMO COMO AÇÃO E INTERAÇÃO

Considerando-se a tarefa de informar e orientar, o jornalismo desempenha uma importante função na sociedade. Beltrão (1992, p. 67) o define da seguinte maneira:

O jornalismo é a informação de fatos correntes, devidamente interpretados e transmitidos periodicamente à sociedade, com o objetivo de difundir conhecimentos e orientar a opinião pública, no sentido de promover o bem comum.

O jornalismo possibilita que a população possa tomar conhecimento dos fatos relevantes que acontecem em todo o mundo, numa relação de confiabilidade

que detém perante o público crente na veracidade das informações que lhe são apresentadas. Traquina (1988) alega que as notícias são lidas acreditando-se que os profissionais da informação não transgredirão a fronteira entre o real e a ficção.

Esta relação de confiança é estabelecida a partir de uma espécie de “negociação” entre o jornalista e o leitor. Esse acordo tácito leva em conta o conhecimento do interlocutor sobre o que seja o jornalismo, o tipo de informação que deve ser transmitida, entre outros fatores que o legitimam discursivamente e tornam possível sua leitura a partir de uma construção do real<sup>8</sup>. Tais crenças depositadas para com a atividade jornalística supõem que os jornalistas agem de maneira cooperativa. Esse fazer jornalístico convém relacionar ao Princípio da Cooperação<sup>9</sup>, proposto por Grice (1982), levando em conta os propósitos dos falantes em interagirem e de que maneira isso é feito.

Como atividade, o jornalismo proporcionou, ao longo dos anos, o crescimento da necessidade e da curiosidade das pessoas em estarem informadas do que acontece ao seu redor.

Ao longo dos séculos, as pessoas (muitas delas, pelo menos) têm desejado ser informadas sobre o que as rodeia, usando o jornalismo (ou uma forma pré-moderna do jornalismo) para se manterem em dia com os últimos acontecimentos, para os combinarem com um conhecimento dos tópicos que lhes permita participar de conversas pessoais e de grupo, talvez para se sentirem reassseguradas de que através dos vários produtos do jornalismo não estão a perder algo, ou para serem fascinadas pelas alegrias ou tragédias da vida (TRAQUINA, 2005, p. 20).

Esse caráter se construiu em virtude do papel que a mídia consolidou ao longo do seu desenvolvimento na sociedade, em decorrência de ser a maior responsável pela divulgação de conteúdos e determinação dos temas que circula. Simultaneamente, assume uma responsabilidade aos discursos que transmite. Nesse sentido, conforme adverte Beltrão (1992), os fatos que são transmitidos pelos veículos jornalísticos precisam ser bem interpretados, ou seja, os dados devem ser apurados da forma mais completa possível, tendo em vista que a informação e o

---

<sup>8</sup> A postura aqui referida vai de encontro a Teoria do Espelho, visão do jornalismo defendida como um retrato fiel dos fatos.

<sup>9</sup> Uma das perspectivas teóricas da pragmática que dão sustentação a presente investigação e que será abordada adiante neste capítulo.



caminho que esta toma são elementos essenciais para o desempenho de um bom jornalismo.

Considerando-se como um campo que produz e faz circular sentidos, o discurso jornalístico é compreendido como um processo que se desenvolve com planejamento e que requer uma construção cuidadosa. Por se tratar de um processo social, situa-se no campo da pragmática (CHAPARRO, 2007, p. 24) e ao possibilitar interação, o discurso atua como uma atividade comunicativa.

O conjunto de enunciados que abastece o jornalismo é identificado pela perspectiva pragmática como usos linguísticos que acontecem dentro de determinado tempo e local e que produzem sentidos de acordo com a situação contextual em que são empregados. Assim, o “sentido” é construído por meio da ação comunicativa, que será necessariamente intencional.

Diante dessa força intencional que impulsiona as interações, torna-se pertinente mencionar a argumentação, que, segundo Koch (2004), está presente na linguagem, sendo determinante no sentido dos enunciados. Para ela, “quando interagimos pela linguagem temos sempre objetivos, fins a serem atingidos; há relações que desejamos estabelecer, efeitos que pretendemos causar, comportamento que queremos ver desencadeados” (KOCH, 2004, p. 29).

Em relação à argumentação nos relatos jornalísticos, convém pensar a sua presença em textos que expressam opiniões de maneira explícita. Aquele texto em é referido o autor da produção, como é o caso do artigo de opinião e da crônica, por exemplo. A reportagem a que se debruça esse trabalho, por se dedicar a complementar e contextualizar assuntos também é uma produção jornalística de caráter opinativo, embora, algumas expressem a visão de quem produz de uma maneira mais implícita, sendo feito usos da linguagem com vista a este propósito.

Os textos são então elaborados com a pretensão do jornalista em agir sobre o interlocutor/leitor de alguma forma, a fim de se obter determinadas reações (verbais ou não verbais). As produções elaboradas mostram um posicionamento de quem produz a respeito do assunto abordado. Mesmo quando os repórteres se pautam a simples exposição de fatos e ideias sem o objetivo de demonstrar opinião pessoal, manifestam sua posição.

A seleção das notícias que irão para o jornal ou os conteúdos que serão abordados na revista, por exemplo, resulta da escolha que é feita pelo jornalista com relação aos assuntos que julga serem importantes para a sociedade saber e que

possa ter interesse para a mesma. Essa função corresponde à característica interpretativa do jornalismo (BELTRÃO, 1992) que também pode manifestar qual a posição do jornalista, ou mesmo do produto jornalístico, em relação a certo conteúdo.

Para afirmar seus discursos, os repórteres então mobilizam diversas estratégias que podem estar relacionadas aos usos polidos de preservação de suas imagens. Assim, tem-se de um lado a necessidade dos jornalistas em estabelecer um bom relacionamento com seus interlocutores na busca por torná-los fiéis aos seus produtos, e de outro lado há os ouvintes, que desejam receber conteúdos de uma forma bem elaborada, pois é o modo como tal produto jornalístico dá tratamento às informações e constrói sua narrativa que os leitores irão considerar na hora de escolher um periódico para acompanhar. Sob o propósito de interação, os usos que são feitos da linguagem pelos indivíduos funcionam também como elementos de união social (MEY, 1993).

A argumentatividade nos textos pode ser observada por meio dos elementos lexicais adotados pelos jornalistas em seus enunciados. São várias as maneiras de análise que se baseiam no nível frasal. A perspectiva pragmática se dedica além desse aspecto: respalda-se no universo contextual (grau de importância, efeitos e consequências que tal assunto pode causar, entre outros fatores) que circunda o assunto tratado para entender o porquê de o repórter elaborar conteúdos evitando denunciar sua opinião em certas produções e a procura mostrá-la ao leitor em outras.

Com relação à interpretação realizada dos enunciados e compreensão do texto produzido, Dascal (2005) aponta que o leitor se guiará por pistas fornecidas pelo co-texto e contexto, as chamadas pistas contextuais, já mencionadas anteriormente. Tais indicações recorrem não só ao conhecimento de mundo do interlocutor, como também requer a “ativação” do seu conhecimento das convenções linguísticas. Dessa forma, o leitor não age como um mero receptor das informações e conteúdos que lhe são apresentados. Ao interpretá-los e os recriar, dá novos sentidos, atuando também como um produtor ou co-enunciador.

O grande volume de conteúdos produzidos pela mídia permite não apenas que a população conheça os fatos e assuntos abordados. Possibilita que seja possível fazer julgamentos, tomar decisões, entre outros, a respeito das informações

apresentadas. Segundo Beltrão (1992, p. 99), isso faz com que o jornalismo atue como “propulsor da ação individual”.

Koch (2008, p. 10, grifos da autora), na apresentação de seu livro *Argumentação e linguagem*<sup>10</sup>, explica a ideia de argumentação tomada aqui: “O ato de argumentar é visto como o **ato de persuadir** que ‘procura atingir a vontade’, envolvendo a subjetividade, os sentimentos, a temporalidade, buscando **adesão** e não criando certezas”. A argumentatividade presente na comunicação verbal é vista neste trabalho como contribuidora para averiguar o comprometimento dos jornalistas diante do que produzem e de como a ação se manifesta no campo jornalístico, sendo que o ato de informar permite a realização de atos perlocucionários (efeitos). Como o interesse da pragmática está no que os usuários fazem com a linguagem, a relação com a argumentação torna-se oportuna.

## 2.3 PERSPECTIVAS TEÓRICAS DA PRAGMÁTICA E O CAMPO JORNALÍSTICO

Nesta seção, são apresentadas algumas das teorias de estudo da pragmática que dão sustentação à presente pesquisa, como a noção da cooperação que no entendimento desse trabalho é importante para o processo de interação entre jornalista, leitor e o conhecimento. A performatividade que permite a ação dos enunciados sobre seus interlocutores e as estratégias das “máximas conversacionais” griceanas e da polidez que, de um modo geral, dedicam-se aos usos que são feitos da linguagem nas interações, contribuindo para que as comunicações possam fluir.

### 2.3.1 A cooperação pragmática

Foi pensando no que é dito e no que é comunicado nas relações interpessoais que Grice formulou o que chamou de “Princípio de Cooperação”, em 1975. O princípio diz: “faça sua contribuição conversacional tal como é requerida, no momento em que ocorre, pelo propósito ou direção do intercâmbio conversacional em que você está engajado” (GRICE, 1982, p. 86).

---

<sup>10</sup> Para analisar como ocorre a interação por intermédio da linguagem, a autora desenvolve estudos que se alicerçam em marcas linguísticas (uso de operadores argumentativos, tempos verbais, polifonia) que não serão discutidos, em vista as finalidades desse trabalho.

Tal noção de cooperação diz respeito ao que um falante pode dizer, dentro de certas circunstâncias e levando em conta as expectativas de seu interlocutor. Nesse sentido, a cooperação pode levar à comunicação. Nesta investigação, entende-se como um processo cooperativo que se supõe que exista entre o jornalista e seu leitor e vice-versa, pois um outro tipo de comportamento, não seria racional (GRICE, 1982).

Para Oliveira (2011, p. 10) a hipótese de Grice se sustenta na ideia de que “existem determinados princípios gerais que regulam a maneira pela qual, numa conversação, o ouvinte pode reconhecer, por um raciocínio seu, a intenção do locutor e assim depreender o significado do que ele diz”. Dascal (2005, p. 39), a respeito disso, aponta que para interpretar uma mensagem, o interlocutor busca “encontrar a hipótese explanatória mais adequada para o uso linguístico desempenhado pelo falante no contexto da elocução”. Essa “hipótese” referida pelo autor, apoiado na teoria griceana, diz respeito a uma espécie de conflito que ocorre entre o ato linguístico produzido por um falante e as expectativas que qualquer ouvinte teria em determinada circunstância.

Um exemplo simples é quando se pergunta as horas a alguém. Espera-se que a outra pessoa responda o horário ou se desculpe por não possuir relógio no momento. Outra resposta levaria o interlocutor a se perguntar o porque do falante ter agido de tal forma.

Considerando-se que as pessoas podem responder de modos diferentes, Grice (1982) delimitou quatro categorias articuladas como “máximas conversacionais” com suas subdivisões que propõe que possam otimizar as interações. Assim, se os falantes atuarem com fins cooperativos, respeitando esses subprincípios o processo interacional ocorrerá de maneira eficiente e cooperativa.

Conforme Grice (1982, p. 87) as máximas conversacionais e as supermáximas correspondentes são as seguintes:

Máxima da qualidade:

- Não diga o que acredita ser falso.
- Não diga senão aquilo que possa fornecer evidência adequada.

Máxima da quantidade:

- Faça com que sua contribuição seja tão informativa quanto requerido.
- Não faça sua contribuição mais informativa do que é requerido.

Máxima da relação (relevância):

- Seja relevante.

Máxima de modo (seja claro):

- Evite osbcuridade de expressão.
- Evite ambiguidades.
- Seja breve (evite prolixidade desnecessária).
- Seja ordenado.

Exite ainda outras “máximas” de caráter estético, social e moral (GRICE, 1982). O fato é que os subprincípios elaborados pelo autor desempenham uma função importante na interpretação dos enunciados, pois a partir do uso da linguagem que os falantes fazem em uma situação de comunicação é possível verificar se estes estão sendo cooperativos de maneira clara, indireta ou se não estão atuando para este propósito.

Também é possível visualizar a “transgressão” das “máximas” pelos falantes, que pode ocorrer intencionalmente ou não. Grice (1982) denominará como **implicatura**, ou seja, situações em que o que “dizemos” é diferente do que “dizem” as palavras (DASCAL, 2005). Quando isso acontece, cabe ao ouvinte ou interlocutor da mensagem proposta buscar entender que o falante está querendo dizer (comunicar) outra coisa.

A implicatura é vista como um tipo de inferência pragmática (MOURA, 1999) feita pelo ouvinte para compreender o sentido dos enunciados, levando-se em conta que um texto nunca apresentará todas as informações necessárias para seu entendimento, havendo elementos implícitos que o leitor precisará recuperar para que possa interpretá-lo. Nesse sentido, as inferências preenchem vazios deixados pelos enunciados. A ilustração a seguir, com base no modelo criado por Escandell, em 1993, mostra que o interlocutor interpretará o conteúdo de uma mensagem com base em conhecimento prévios.

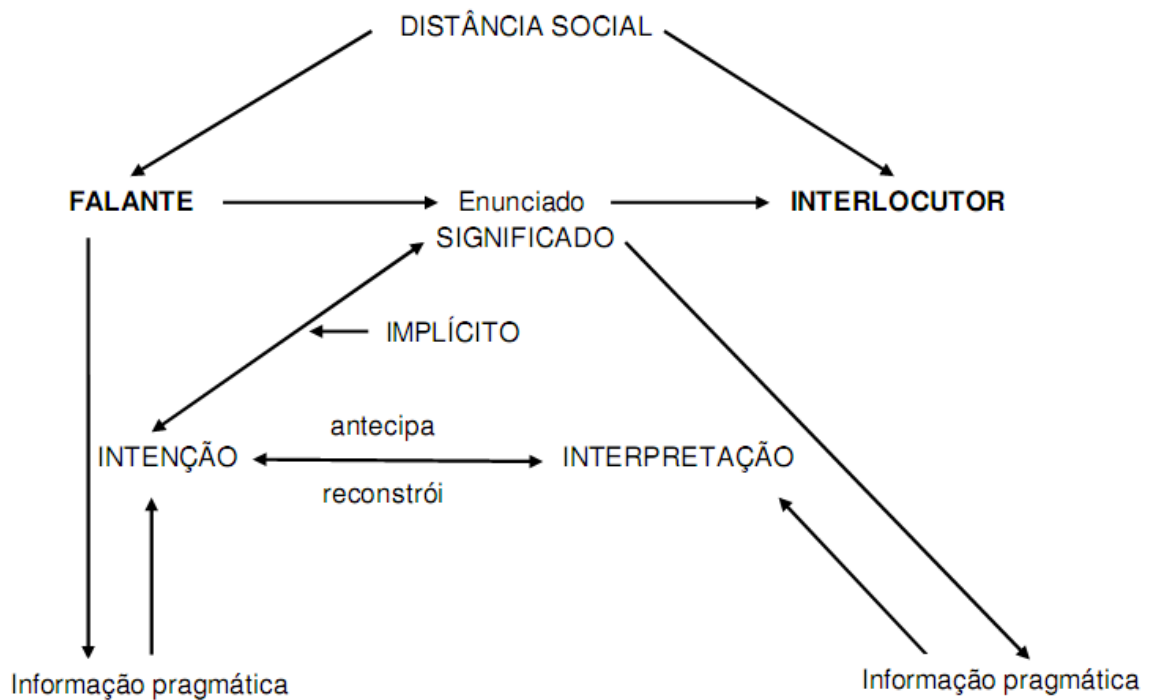


FIGURA: PROCESSO DE COMUNICAÇÃO  
 FONTE: Modificado pela autora (2012)

Grice (1982), estipula dois tipos de implicaturas que podem ocorrer nas interações: a convencional e a conversacional. A implicatura convencional está presa aos significados convencionais das palavras, relacionando-se ao léxico. No enunciado “Maria é esforçada, mas repetiu de ano”, implica-se que Maria sendo esforçada não deveria ter repetido o ano escolar, porém repetiu. As informações se apresentam de forma clara. Além disso, o emprego da conjunção “porém” contribui para a interpretação adequada pretendida pelo falante.

Já a implicatura conversacional ocorre quando os falantes comunicam por meio de enunciados indiretos, ou seja, as implicaturas não se apresentam na significação convencional das palavras. São geradas no ato comunicativo, podendo ainda ser canceláveis. De modo amplo, realizam-se quando os falantes não cooperam na comunicação de maneira clara.

Na interlocução:

(1) Aceita um café?

(2) Me tira o sono.

O falante (2) está sendo cooperativo, porém de uma maneira indireta, ou em nível de implicatura. Ao não responder claramente à pergunta feita pelo falante (1), cujas opções de resposta seriam “sim” ou “não”, acaba transgredindo a máxima de modo, que prevê que o falante deve ser claro, ordenado. Entretanto, se ambos compartilham de informações específicas, no caso, o conhecimento de que o consumo de café depois de um certo horário da noite não faz bem, entende-se que há a compreensão da mensagem pelo falante (1).

Para deduzir que uma implicatura conversacional está presente, Grice (1982, p. 93) aponta que o interlocutor deverá operar os seguintes dados:

- O significado convencional das palavras usadas, junto com a identidade de qualquer referente de pertinência;
- O Princípio de Cooperação e suas “máximas”;
- O contexto da enunciação (linguístico ou extralinguístico);
- Elementos do seu conhecimento de fundo (*background*);
- O fato (ou suposto) de que o significado convencional das palavras e o conhecimento anterior são acessíveis a todos os envolvidos no processo interacional, de modo que os participantes sabem ou supõem que isto ocorra.

Vale mencionar, como lembra Dascal (2005), que as implicaturas conversacionais, no sistema griceano, são reconhecíveis de modo eficaz somente se o ouvinte busca identificar a intenção comunicativa do falante que elucida a aparente transgressão de tal máxima, permitindo, dessa forma, preservar a suposição da racionalidade do falante.

Exemplo comum em que geralmente ocorre a “quebra” da máxima da qualidade é quando o falante faz uso de figuras de linguagem como metáfora, ironia, eufemismo e hipérbole. No clássico enunciado “Você é a flor do meu jardim” é perceptível a característica falsária da afirmação (quebrando a supermáxima de ser sincero e de não dizer o que não se tenha provas), pois, neste caso, o que ocorre é a tentativa do falante em assemelhar algum traço físico do seu ouvinte a tal objeto.

Já a “violação” ou simples abandono da máxima da quantidade pode acontecer claramente, quando há a ocorrência de tautologias<sup>11</sup> evidentes, a exemplo

---

<sup>11</sup> Repetição da mesma ideia em termos diferentes.

do enunciado “Há políticos e políticos”, que infere que existem políticos bons e ruins. Em relação ao que é expresso, tal enunciado parece redundante, mostrando-se informativo somente no que concerne ao que é implicado.

Com relação a máxima da relação, é entendido que não se tem com transgredir, pois se algo produzido por alguém não possui relevância, acaba não ocorrendo comunicação. O rompimento da máxima de modo pode se dar por fatores como obscuridade, ambiguidade ou falha em ser breve que podem ser responsáveis pela geração de malentendidos.

Um exemplo é quando em uma situação há a presença de três falantes (A), (B) e (C), entretanto, (A) interage com (B) esperando que este perceba que (A) está sendo deliberadamente obscuro, a ponto que o terceiro participante, (C) não possa entender o conteúdo de sua comunicação. Desse modo, (A) implícita não quer compartilhar de conteúdo informacional com a terceira pessoa presente.

Não somente em situações de oralidade, a exemplo de uma simples conversa, como também na escrita e nos discursos jornalísticos se pode pensar e perceber as “máximas conversacionais” (os enunciados em conformidade ou “violação”), à medida que o produtor de uma mensagem ou no caso, o jornalista, precisa criar uma ligação com seu interlocutor, que é a fonte de diálogo e quem interpretará os enunciados. Neste sentido, o jornalista precisa construir seu discurso de modo que proporcione esta interação a fim de ser aceito perante seu público, isto quer dizer que para a interação ser bem sucedida é preciso que os enunciados permitam que os ouvintes (interlocutores) possam interpretá-los de acordo com os propósitos de que os produziu.

Pensando na busca dos produtos jornalísticos pelo alcance de interlocutores de seus discursos, observa-se que a capa de uma publicação é uma espécie de vitrine que deve apresentar o que de melhor possui. A chamada principal de uma edição “precisa ao mesmo tempo atrair a atenção do leitor para as páginas internas e constituir informação completa em si” (GARCIA, 1999, p. 57). Nesse sentido, as matérias retratadas nas capas das edições, principalmente em revistas, podem ser consideradas como o primeiro contato possível de interação entre jornalista e leitor.

Independente do uso da linguagem que é feito pelos falantes (se é de maneira direta ou indireta), espera-se que haja cooperação entre os participantes. Em se tratando do jornalismo, a expectativa do jornalista é que o interlocutor



interprete a informação de acordo com o que propõe para que a comunicação pretendida tenha êxito.

### 2.3.2 A performatividade dos Atos de Fala

O termo “performativo” surgiu nas ciências da linguagem através de John Langshaw Austin, ao desenvolver a sua Teoria dos Atos de Fala, em 1962<sup>12</sup>. Para sua construção, tomou por base a postulação de Wittgenstein (1999) de que o sentido depende do uso que é feito das palavras, já referido neste trabalho.

A teoria desenvolvida por Austin (1970) centra-se na ideia de que o ato de dizer é capaz de realizar ações, fazeres; e foi com base nesta constatação que o autor chegou à consideração da linguagem como performativa. Para ele, todas as enunciações apresentam um valor performativo, ou seja, são ações, atos de linguagem. Tal característica intrínseca à comunicação verbal é estendida ao jornalismo, pois este produz efeitos ao que transmite, ajudando a construir formas de pensar e agir.

Tendo em vista que as pessoas precisam se relacionar para viver em sociedade, o ato de interagir varia de acordo com as intenções do falante e ganha sentido e eficácia no exercício da linguagem. A performatividade é então entendida neste trabalho como relacionada à força da linguagem enquanto uma atividade (ação) para se alcançar certos propósitos.

Dedicando-se ao estudo da linguagem ordinária, Austin (1970) atribuiu aos enunciados três tipos de Atos de Fala, sendo eles: ato locucionário, ato ilocucionário e ato perlocucionário.

Atos **locucionários** são aqueles que se realizam ao ser proferida uma oração, ou o simples anunciar de alguma coisa. Servem para situar falantes no ato comunicativo.

Os atos **ilocucionários** são realizados motivados por certa **força** intencional de quem o pronuncia. Neste caso, ao proferir a sentença se é remetido a um fazer

---

<sup>12</sup> A obra “*How to do things with words*”, reúne um conjunto de conferências proferidas pelo autor na Universidade de Harvard em 1955. Nela, Austin trata a definição da linguagem vista como ação, motivada pelo que denominou “Atos de Fala”. É a primeira obra a propor um modelo de abordagem para fenômenos considerados como pragmáticos. Os “Atos de Fala” tornaram-se um marco nos estudos da linguagem.

que dependerá do seu contexto. Verbos como ordenar, avisar, entre outros, são exemplos mais claros de atos desse tipo.

Já atos **perlocucionários** são aqueles que produzem efeitos e consequências sobre o interlocutor.

Dada uma situação em que a filha está a um tempo tomando banho e a mãe, sabendo do costume de demora que ela possui, profere:

(3) Vou desligar a luz!

O proferimento da sentença se trata de um ato de fala locucionário. A ameaça que a mãe coloca para a filha de que vai desligar a chave de luz, caso ela não saia do banho, é identificada como o ato ilocucionário. Já, se a menina resolver sair do chuveiro, estará realizando uma ação. Nesse caso, o efeito produzido pela ameaça da mãe, caracteriza o ato perlocucionário.

Hyland (1998), em relação a isso, ressalta que é preciso que haja relação entre os atos ilocucionários para efeitos perlocucionários, ou seja, ao proferir um enunciado, o falante deseja que a mensagem seja entendida (efeito ilocucionário) e espera que seja aceita (efeito perlocucionário) pelo ouvinte (interlocutor).

Austin (1970, p. 8, grifos do autor) afirma que “é sempre necessário que as **circunstâncias** em que as palavras são pronunciadas devam ser de alguma maneira, **apropriadas**”. Um exemplo básico que se pode citar é quando o padre em uma cerimônia de casamento profere aos noivos “Eu vos declaro marido e mulher”. Nesse caso, as condições de produção é que determinarão se o enunciado performativo pode ser considerado “feliz”<sup>13</sup> (AUSTIN, 1970), pois do contrário os mesmos não terão validade, não se realizarão, ou seja, não terão sentido algum. O que moverá, neste caso, a concretização da validade do ato de fala é se a pessoa que o profere detém da função para desempenhá-lo e se ocorre em uma situação conveniente para sua realização.

---

<sup>13</sup> Ottoni (2002), ao estudar a obra de Austin, aponta que as infelicidades mais específicas do performativo são: a nulidade (ou sem efeito) quando o falante não está em posição de efetuar tal ato de fala, não conseguindo formular seu enunciado e completar o ato pretendido; abuso da fórmula (falta de sinceridade) quando se diz um ato como, por exemplo: eu prometo, sem ter a intenção de realizar a ação; quebra de compromisso quando se diz, por exemplo: eu te desejo boas vindas, tratando, no entanto, o indivíduo como um estranho.

A maior contribuição de Austin (1970) com o desenvolvimento da Teoria dos Atos de Fala foi chegar à conclusão de que todo ato de fala pode em si ser performativo, tanto enunciados declarativos (ou constativos) em que se pode avaliar o seu valor de verdade no momento de sua declaração, como enunciados caracterizados como performativos (possível de se verificar atos de performatividade em enunciados que incluem verbos como pedir, prometer, entre outros) que intentam para mudanças de atitudes, comportamento e estado dos indivíduos<sup>14</sup>. Para dar condição de performatividade, o autor identifica o enunciado como um “sujeito falante”, considerando o conceito de ação, que diz respeito ao uso da linguagem em determinada circunstância contextual.

Em, por exemplo “ele é uma pessoa egoísta”, dependendo do lugar da enunciação poder ser interpretado de diferentes formas, como “eu afirmo que ele é uma pessoa egoísta” ou “eu imagino que ele é uma pessoa egoísta”. Do ponto de vista da ação, as afirmações, como no caso acima, “não descrevem a ação, praticam-na” (OTTONI, 2002, p. 130). Não só o proferimento de algo para alguém como a simples atitude de silenciar-se, diante de alguma pergunta feita, por exemplo, tenciona para a produção de uma ação que de alguma forma altera a realidade dos falantes.

Ao pensar em uma interação escrita, Bollobás (2007) acrescenta que não só o texto pode ser performativo como também a leitura, pois cada leitura nova que se realiza pode trazer interpretações que antes não existiam. Tomando por base a visão deste autor, o ato de ler e interpretar do ouvinte (leitor), por exemplo, são encarados também como performativos.

Os atos de fala dependem das intenções dos usuários da linguagem (falantes e ouvintes) em uma situação de comunicação. Vale lembrar que os atos de fala se realizam sobre pressão de fatores contextuais, psicológicos, além de elementos extralinguísticos (informatividade, por exemplo) e demais fatores que fazem parte do mundo do interlocutor e que controlam e interferem no sucesso da realização de um ato. De modo mais amplo, tais elementos auxiliam na interpretação que o ouvinte fará dos enunciados.

---

<sup>14</sup> Searle ao estabelecer uma taxonomia para os Atos de fala de Austin propôs, inclusive, uma distinção entre ato ilocucionário e verbo ilocucionário (PINTO, 2006).

Ao observar que o jornalismo está inserido em uma rede de cooperações (do jornalista com o leitor e vice-versa) estabelecida por uma espécie de “acordo” prévio em que o leitor acredita que o jornalista age de modo cooperativo, pois está incumbido de apresentar os assuntos relevantes, orientar caminhos, explicar termos, entre outros, o leitor age cooperativamente na crença de que os fatos apresentados pelo jornalismo são “reais”.

Em virtude da força ilocucional que os enunciados jornalísticos carregam, “atos de fala, intenções e mesmo a noção de cooperação devem ser encarados como atos pragmáticos” (OLIVEIRA, 1999, p. 89). Para serem válidos, esses atos precisam ocorrer em um dado contexto. Desse modo, os propósitos do falante derivam e se limitam pela situação espaço-temporal. Oliveira (1999, 2005) afirma ainda que os atos pragmáticos devem ser considerados sob duas perspectivas: a **social** (as crenças em que o falante/ouvinte está inserido) e a **linguística**, na qual a linguagem é tida como o principal meio para que as pessoas possam lidar com a realidade e suas transformações.

### 2.3.3 A polidez jornalística

#### 2.3.3.1 O conceito

Ao refletir sobre as ideias de Grice que entende a comunicação como regida pela cooperação, e tendo em vista que as pessoas necessitam se interrelacionar para viver em sociedade, é possível entender que a polidez verbal, enquanto uma atividade social surge no sentido de contribuir para que os eventos comunicativos transcorram de modo eficaz. Pauta-se em amenizar conflitos que possam existir quando os usuários não compartilham dos mesmos interesses.

O sentido mais comum do termo polidez se apresenta relacionado às formas de tratamento (verbal ou não-verbal) das pessoas. Entretanto, vai além de ser um ato de cortesia do cotidiano. Para Martinez<sup>15</sup> (2007, *apud* GODOI, 2008) há pelo menos dois tipos de noções da polidez: a “polidez 1” e a “polidez 2”. A primeira se trata exatamente das boas maneiras que devem ser empregadas em certos

---

<sup>15</sup> MARTÍNEZ, G. El efecto de La instrucción de las estrategias de cortesia verbal en cartas de opinión a un Periódico en El marco de La investigación en acción de una secuencia didáctica. Tesis Doctoral. Universidade Autònoma de Barcelona, Barcelona, 2007.

momentos das situações cotidianas. Em contrapartida, a segunda diz respeito às relações verbais que podem gerar conflitos. Essa noção de polidez atua no sentido de minimizar possíveis malentendidos que possam ocorrer, a fim de que a comunicação flua da melhor maneira possível.

O presente trabalho se apoia na “polidez 2”, alicerçando-se na Teoria da Polidez<sup>16</sup>, de Brown e Levinson (1987). Enquanto um fenômeno pragmático, o modelo de polidez desses autores se relaciona ao uso da linguagem pelos falantes e o contexto social. Adotam a noção de “face”, proposto por Goffman<sup>17</sup>, para definir que durante uma situação de interação comunicacional, a imagem pessoal (face) pode sofrer ameaças. Segundo Brown e Levinson (1987), são dois tipos de faces:

**Face negativa** – alegação básica do território e conservação pessoal, ou seja, a liberdade de ação e de imposição. **Face positiva** – auto-imagem positiva ou “personalidade” (crucialmente, incluindo o desejo de que esta auto-imagem seja apreciada e aprovada).

Tais imagens estão associadas pelo fato de que as pessoas, em determinados momentos, desejam preservar suas imagens e em outras ocasiões, almejam que as mesmas sejam aceitas, exaltadas. Essas estratégias de atuação, conforme Cutting (2002) podem demonstrar proximidade e solidariedade salientando os objetivos comuns entre falantes (polidez positiva) ou mostrar um distanciamento (polidez negativa).

Cabe aqui ressaltar que ao ser mencionado o termo “imagem” não se refere unicamente à imagem que o falante faz de si, mas também dos outros. Nesse sentido, os mecanismos que serão adotados a fim de que a interação ocorra de forma bem sucedida levará em consideração a imagem que cada indivíduo faz de si e também do outro. Quando essas imagens sofrem ameaças pelos atos linguísticos dos falantes, Brown e Levinson (1987) identificam como *Face Threatening Acts* – FTAs (atos de ameaça à face). Ao relacionar com o jornalismo, a imagem que um produto jornalístico tem para os outros é que delimitará sua credibilidade, sendo,

---

<sup>16</sup> O desenvolvimento dessa teoria, em 1978, teve como inspiração o sociólogo E. Goffman (1967).

<sup>17</sup> Em “A elaboração da face”, de 1967, Goffman afirma que os indivíduos possuem uma face que define como um “valor social positivo”, que pretendem manter nas relações interpessoais em qualquer situação.

portanto, essencial que os veículos de comunicação almejem manter suas faces positivas, utilizando de várias estratégias verbais para isso.

Considerando que as interações verbais (seja na oralidade ou na escrita) são sempre ameaçadoras, Brown e Levinson (1987, p. 15) desenvolvem as estratégias da polidez com base em três princípios sociológicos que determinam a polidez entre falantes: O poder relativo do ouvinte sobre o falante (P); a distância social ou grau de familiaridade existente entre os falantes (D); e o grau de imposição (R) do ato comunicativo.

O primeiro princípio que aborda a relação de poder entre os envolvidos no evento comunicativo é associado neste trabalho à competência que o falante (jornalista) possui em apresentar as informações e conhecimentos às pessoas. O ouvinte, por sua vez, detém o poder pela leitura (ou não) das matérias e de acreditar (ou não) na sua credibilidade. A manifestação do poder do ouvinte sobre o falante pode ser visível no contato disponibilizado pelo produto (como email, telefone, espaço dentro da publicação, entre outros) para o retorno do seu público quanto as suas produções. A mídia de revista, geralmente dispõe de um espaço em que os leitores podem fazer elogios, críticas, sugestões, entre outros, com relação às matérias apresentadas.

O segundo princípio, da distância social, pode ser relacionado ao “acordo” pré-existente entre jornalista e leitor sobre o jornalismo, de modo que os leitores têm para si que o jornalismo deve passar uma credibilidade no trato às informações. Tal relação de confiança no que o jornalismo apresenta diminui, de certa forma, a distância social existente.

O grau de imposição do ato comunicativo (terceiro princípio) pode estar relacionado ao fato de o jornalismo “ditar” sobre o que possa ser de interesse e importância em o leitor tomar conhecimento. Em princípio, isso pode soar impositivo, como forma de agredir a imagem do ouvinte. Contudo, à medida que o jornalismo apresenta soluções e caminhos para enfrentamento das questões apresentadas (função pedagógica), a ameaça às faces de ouvinte e falante podem amenizar-se.

Ao relacionar com o princípio griceano, muito do que é “dito” e do que é “implicado” pode ser atribuído à polidez. Em um jogo de preservação de imagens pessoais, falante e ouvinte podem optar, em determinadas situações, por “violar” as

máximas de cooperação para produzirem a polidez positiva<sup>18</sup> (CUTTING, 2002). Sob esse aspecto, Mey (1993) assinala que a polidez pode ser definida como uma estratégia para a cooperação com o mínimo custo e máximo benefício para todos os falantes.

Ao pensar no jornalismo e na necessidade que possui em estabelecer uma interação com o público, a ponto de torná-lo fiel aos seus produtos, pressupõe-se que o uso do recurso da polidez positiva pode ser uma estratégia bem-vinda se os participantes (jornalista e leitor) compartilharem de um mesmo universo contextual. Oliveira (1999), ao desenvolver um estudo da cooperação no jornalismo afirma a importância das máximas griceanas.

obedecer às máximas conversacionais de Grice é um caminho para a manutenção do decoro e para resguardar a imagem pessoal, pois eventuais violações ao princípio de cooperação podem ser justificadas pela necessidade de manutenção da polidez (OLIVEIRA, 1999, p. 44).

Apesar da Teoria da Polidez no modelo de Brown e Levinson (1987) ser conceitualmente universal, os autores admitem que os fatores contextuais de cada falante em particular delimitarão a intensidade dos atos de ameaça. Esse apontamento dos autores possibilita fazer uma relação com a definição de competência comunicativa, esboçada por Hylmes, em 1972<sup>19</sup>, que diz respeito a como o indivíduo deve comportar-se verbalmente dentro de cada realidade social.

GODOI (2008, p. 62, grifos meu) afirma que tal competência envolve “o conhecimento não só das estruturas linguísticas, mas também do **que** é dito, de **quem** está dizendo, para **quem**, **por que** e **onde** acontece a situação”, ou seja, diz respeito ao contexto. Este é essencial para um uso e interpretação da linguagem de modo apropriado, a fim de se evitar ao máximo, interferências e falhas na comunicação. Sendo assim, é possível inferir que a competência comunicativa possui relação com as estratégias que serão utilizadas pelos falantes no sentido de que ocorra a interação da melhor forma possível.

---

<sup>18</sup> Será tratado no próximo tópico deste capítulo.

<sup>19</sup> A definição de competência comunicativa partiu do conceito previamente elaborado por Chomsky de competência linguística, em 1965. Entretanto, tal conceituação criada pelo autor não presta atenção ao uso real da linguagem e comunicação humana (GODOI, 2008).

### 2.3.3.2 As estratégias da polidez

Os fatores de distância social e relação de poder (hierarquia social) entre participantes são os principais delimitadores das estratégias a serem utilizadas em cada interação. Com base nisso, Brown e Levinson (1987) teorizaram quatro categorias (e subcategorias) de estratégias para a polidez, que se dividem conforme a intenção com que os falantes desejam realizar o ato de ameaça à face, podendo serem realizados de maneira direta, com ação reparadora ou implicitamente. Assim, quando as FTAs são feitos diretamente, os autores denominam estratégia *Bald on Record*<sup>20</sup>; quando utilizam atenuadores podem ser polidez positiva e polidez negativa e quando realizada de maneira indireta, Brown e Levinson as chamam de estratégia *Off Record*.

A polidez positiva busca salientar os objetivos e desejos comuns existentes entre os usuários. Crenças, conhecimentos de mundo são alguns elementos que, de um modo geral, permitem que os indivíduos compartilhem de anseios quando inseridos dentro de mesmos grupos ou comunidades. Ao assumir as estratégias desse tipo, os falantes demonstram o desejo em se envolver com o outro para diminuir a distância social (D). Em relação ao jornalismo, objeto desta investigação, entende-se neste trabalho que essa estratégia ocorre quando o jornalista tem a intenção, por meio dos seus discursos, de se comprometer com o que fala, buscando inserir-se no universo do seu interlocutor, atenuando assim algum enunciado que possa soar agressivo.

Para essa estratégia, Brown e Levinson (1987, p. 102) estabeleceram 15 subcategorias:

- a) Observe o outro (ouvinte): Seus interesses, desejos, necessidades.
- b) Exagere: no interesse, na aprovação e simpatia pelo outro;
- c) Intensifique o interesse pelo outro;
- d) Use marcadores de identidade do grupo;
- e) Procure acordo;

---

<sup>20</sup> Brown e Levinson não especificam divisões para essa categoria. Em suma, o emprego de estratégias desse tipo busca que a interação seja o mais clara possível, respeitando assim as máximas griceanas ocorre de maneira direta.



- f) Evite desacordo;
- g) Pressuponha e afirme pontos em comum;
- h) Faça piadas;
- i) Afirmar e pressuponha os conhecimentos sobre os desejos do outro;
- j) Prometa;
- k) Seja otimista;
- l) Inclua o ouvinte na atividade;
- m) Dê ou peça razões ou explicações
- n) Assuma ou afirme reciprocidade;
- o) Dê agradamentos ao ouvinte (simpatia, entendimento, cooperação)

A polidez negativa mantém a distância social (D) entre os participantes da interação, cujas estratégias se pautam em o falante não se impor sobre seu interlocutor, permitindo uma maior liberdade ao mesmo. No jornalismo, essa estratégia de ação reparadora é relacionada, neste trabalho, a quando os jornalistas têm como objetivo não demonstrar imposição sobre o seu interlocutor, de modo que correm o risco de não terem a adesão dos seus interlocutores aos seus conteúdos.

Brown e Levinson (1987, p. 131), também elencam algumas subcategorias para a polidez negativa:

- a) Seja convencionalmente indireto;
- b) Questionar, pergunte;
- c) Seja pessimista;
- d) Minimize a imposição;
- e) Mostre deferência (apreço/respeito);
- f) Peça desculpas;
- g) Impessoalize o falante e o ouvinte. Evite os pronomes “eu” e “você”
- h) Declare o FTA como uma regra geral;
- i) Nomine;
- j) Mostre diretamente como se estivesse assumindo um débito (de agradecimento) com o ouvinte.

As estratégias do tipo *Off Record* que podem também ser identificadas como estratégias indiretas se caracterizam como atos comunicativos realizados sem que seja possível atribuir uma intenção clara, sendo os enunciados em sua essência de uso indireto. Tal tipo de estratégia apela para o fator contextual dos interlocutores e evidencia que o falante, ou no caso aqui o jornalista, não possui o objetivo de se comprometer com o que está dizendo ou fazendo. Os atos de ameaças às faces, no caso, são realizados implicitamente. Alguns exemplos desse tipo de estratégia são: a ironia, insinuação, entre outros.

Brown e Levinson (1987, p. 214) elencam algumas subcategorias para a estratégia *Off Record* a partir das implicaturas conversacionais de Grice (1975). Para melhor visualização, foi esquematizado uma representação (QUADRO 1) a seguir.

Máxima da relevância	Máxima da quantidade	Máxima da qualidade	Máxima de modo
Dê dicas; Dê pistas para associações; Pressuponha;	Minimize; Exagere; Use tautologias;	Use contradições; Seja irônico; Use metáforas; Faça perguntas retóricas;	Seja ambíguo; Seja vago; Generalize excessivamente; Desloque o ouvinte; Seja incompleto, use elipses;

QUADRO 1– MÁXIMAS CONVERSACIONAIS E SUAS SUBDIVISÕES PARA ANÁLISE DAS ESTRATÉGIAS INDIRETAS DA POLIDEZ.  
FONTE: A autora (2012).

Para exemplificar como ocorrem as estratégias da polidez nas interações, foram elaborados alguns enunciados que comunicam uma mesma mensagem: o desejo de passeio do interlocutor.

“Vamos ao parque amanhã.”

O enunciado expressa uma ordem, que condiz a estratégia do tipo ***Bald on Record***.

“Não seria legal ir ao parque amanhã?”

Apresenta um pedido feito diretamente, que demonstra a **polidez positiva**.

“Você estaria a fim de ir ao parque comigo amanhã?”

A maneira como o pedido é feito pelo falante dá maior liberdade de resposta ao seu interlocutor. Esta é uma forma também de o falante não mostrar qualquer imposição sobre o interlocutor, o que reporta a **polidez negativa**.

“Soube que as apresentações de animais no parque são muito legais.”

O Enunciado faz uso de uma maneira indireta para se dirigir ao interlocutor, porém, sua interpretação como um pedido depende da vontade ou conhecimento do interlocutor, estratégia caracterizada como ***Off Record***.

Ao pensar nos produtos jornalísticos, como jornais e revistas, o uso das estratégias da polidez (*Bald on Record*, polidez positiva, polidez negativa e *Off Record*) pode manifestar o comportamento que os jornalistas apresentam diante dos seus discursos. Pode demonstrar uma relação mais próxima para com seu interlocutor ou apresentar uma postura de distância, utilizando de estratégias verbais para salvaguardar-se.

### 3 O MEIO AMBIENTE NA INFORMAÇÃO DE REVISTA E SUA RELAÇÃO COM A EDUCAÇÃO

Para Lipovetsky (2007), o modelo de sociedade atual, denominada por ele de “hipermodernidade”, em função da globalização do mundo e da pluralidade de escolhas que são oferecidas às pessoas pela mídia e publicidade, caminha rumo a uma “nova orientação do conforto”. Sob esta visão, o bem-estar não é unicamente associado à conquista por conforto material para o alcance de uma qualidade de vida, mas também pelo abastecimento de bens culturais. A partir disso, considera-se que livros e revistas são algumas das ferramentas pelas quais as pessoas podem se abastecer de conhecimentos.

Diante de um cenário em que há uma grande circulação de informações que notificam a exploração dos recursos naturais do planeta, permite considerar que a geração de sociedade contemporânea acaba vivendo permeada pelo “medo do amanhã”. Isso acontece, por um lado, devido a intensificação da ocorrência de desastres ambientais, noticiados pela mídia e considerados pelos cientistas como consequência das transformações do clima e os padrões de consumo adotado pelos cidadãos. De outro lado, em razão de os produtos de informação jornalística regularmente alertarem para a importância em se levar uma vida mais saudável e os cuidados que se deve ter com a natureza.

As reflexões acima tornam possível considerar a informação também como um bem de consumo da sociedade. Silverstone (2002) traz essa questão em sua investigação sobre a importância do estudo da mídia, resumindo como presente em todos os aspectos da vida diária das pessoas.

Consumimos a mídia. Consumimos pela mídia. Aprendemos como e o que consumir pela mídia. Somos persuadidos a consumir pela mídia. A mídia, não é exagero dizer, nos consome. E, como já opinei e continuarei a argumentar, o consumo é, ele mesmo, uma forma de mediação, à medida que os valores e significados dados de objetos e serviços são traduzidos e transformados nas linguagens do privado, do pessoal e do particular. Consumimos objetos. Consumimos bens. Consumimos informação. Mas, nesse consumo, em sua trivialidade cotidiana, construímos nossos próprios significados, negociamos nossos valores e, ao fazê-lo, tornamos nosso mundo significativo. (SILVERSTONE, 2002, p.150).

Sob a lógica da informação como um bem consumido pela sociedade, o consumo não se resume a apenas o inerte recebimento das informações transmitidas pela imprensa. A partir das informações que tomam conhecimento os interlocutores constroem seus próprios sentidos com base no que julgam ser significativo das mensagens. Tal mecanismo, para surtir efeito, deve condizer com o universo sociocultural em que o indivíduo está inserido e os conhecimentos que possui.

Além do mais, a informação requer cuidados especiais em sua elaboração. O discurso precisa atuar de maneira sedutora a ponto de quem for procurar conhecimentos em determinado veículo de comunicação, sinta interesse em aderir tal produto jornalístico. Nos dias de hoje, com a internet proporcionando a velocidade da comunicação e intensificando a circulação e acesso às informações, dispõem-se várias opções para a sociedade buscar conhecimentos.

Quando se trata de informação relacionada ao meio ambiente, há sempre uma necessidade maior de esta ser veiculada, pois os acontecimentos afetam não só a natureza como exercem efeitos no cotidiano das pessoas. O desejo ao alcance de uma melhor qualidade de vida na sociedade contemporânea faz com que as pessoas comecem a prestar mais atenção ao mundo em que vivem e as informações que lhes são apresentadas.

O jornalismo ambiental é o campo que se preocupa com que os conhecimentos científicos e que envolvem a natureza cheguem até à população. Existem diversas definições com relação a conceituação deste tipo de jornalismo. Esta investigação segue a definição proposta por Bueno (2007) que o caracteriza como o “processo de captação, produção, edição e circulação de informações (conhecimentos, saberes, resultados de pesquisas, etc) comprometidas com a temática ambiental e que se destinam a um público leigo, não especializado” (BUENO, 2007b, p. 35).

Pode estar presente em diversas mídias ou ambientes, como jornais, revistas, rádio, internet, entre outros. Apresenta como características principais atualidade, periodicidade e formato que os diferencia da comunicação ambiental que não necessita de um rigor na divulgação periódica de conteúdo. Como se trata de jornalismo, antes de tudo, o jornalismo ambiental não pode deixar de apresentar compromisso com o interesse público e promover a democratização do conhecimento.

Ao refletir sobre o papel da mídia em contribuir na construção ou orientação de uma consciência ecológica dos cidadãos, seja na “grande imprensa”, em produtos de informação mais gerais ou nas ditas “mídias ambientais”, independente de suas especificidades devem apresentar um comprometimento em favor a causa do meio ambiente ao veicular conteúdo sobre o mesmo. Os jornalistas precisam buscar transmitir suas matérias da forma mais completa possíveis sobre um assunto, procurando informações em vários tipos de fontes, entre outros quesitos, que enriqueçam e forneçam qualidade aos conteúdos apresentados.

Discursos relacionados ao meio ambiente precisa voltar-se a interesses coletivos, afinal o meio ambiente é uma temática que abrange toda a coletividade. Contudo, nem sempre o foco é este. Ramos (1995) revela que houve um crescimento expressivo no material veiculado sobre meio ambiente nos últimos anos, mas, verifica-se também “a busca progressiva de várias empresas e instituições de vincular suas imagens à “defesa do meio ambiente” por meio de campanhas publicitárias e patrocínio de eventos” (RAMOS, 1995, p. 30). A mensagem ambiental, sob esse aspecto, acaba perdendo seu principal propósito.

A circulação de informações qualificadas e um discurso que proporcione um posicionamento por quem lê e um comprometimento por quem produz é fundamental para a atualização e desenvolvimento das sociedades. E ao jornalismo, cabe a função de levar os conteúdos para perto do público, pois “a mídia compartilha, há mais de um século, com a escola e com a família, o processo educacional e a tarefa de socialização e de formação de sujeitos inscritos em um campo cultural” (MELO e TOSTA, 2008, p. 55).

Baccega (2001, p. 10) aponta que as informações são transmitidas às pessoas de uma forma “editada”. Esse recorte diz respeito ao ato de “construir uma realidade outra, a partir de supressões ou acréscimos em um acontecimento. Ou, muitas vezes, apenas pelo destaque de uma parte do fato em detrimento de outra”. A “realidade outra”, mencionado pela a referida autora, reconfigura-se no interlocutor a quem se destina a mensagem, com seu universo cultural próprio. A respeito disso, Baccega (2001) reforça a necessidade das pessoas buscarem entender bem os meios de comunicação e lê-los de uma forma crítica para que seja possível o exercício da cidadania de maneira plena.

Bueno (2007b) afirma que o jornalismo ambiental deve desempenhar algumas funções básicas ao construir suas matérias para que primem no caminho ao desenvolvimento de cidadãos conscientes. Sendo elas:

A **função informativa** preenche a necessidade que os cidadãos têm em estar em dia com os principais temas que abrangem a questão ambiental, considerando o impacto que determinadas posturas (hábitos de consumo, por exemplo), processos (efeito estufa, poluição do ar e água, contaminação por agrotóxicos, destruição da biodiversidade, etc) e modelos (como o que privilegia o desenvolvimento a qualquer custo) tem sobre o meio ambiente e, por extensão sobre a sua qualidade de vida. A **função pedagógica** diz respeito à explicitação das causas e soluções para os problemas ambientais e à indicação de caminhos (que incluem necessariamente a participação dos cidadãos) para a superação dos problemas ambientais. A **função política** (aqui entendida em seu sentido mais amplo e não obviamente restrita à sua instância meramente político-partidária) tem a ver com a mobilização dos cidadãos para fazer frente aos interesses que condicionam o agravamento da questão ambiental (BUENO, 2007b, p. 35, grifos meu) .

A palavra “informar” que advém do latim *informare* significa “formar, conceber, determinar, imaginar, delinear” (QUEIROZ, s.d, citado por RAMOS, 1995, p. 25). Funções que o jornalismo realiza na sociedade e faz com que os jornalistas, mesmo sem ter uma função como educadores, acabem participando da formação das pessoas. Tal comportamento acaba desempenhando uma importância social e pedagógica. Lage sublinha esse papel da mídia ao fazer referência que “ao informar, complementa e atualiza conhecimentos, e neste sentido, educa; ao transmitir conhecimento, atua sobre a sociedade e cultura, determinando escolhas econômicas e, no fim, opções político-pedagógicas” (LAGE, 2011a, p. 122).

Os jornalistas que se dedicam a produção de notícias e reportagens que envolvem o meio ambiente acabam assumindo uma responsabilidade maior com a educação, pois os conteúdos podem atuar decisivamente na mudança de hábitos de consumo e atitudes das pessoas em relação ao meio em que vivem. Assim como as ONGS e movimentos ambientalistas, os discursos dos veículos de comunicação podem contribuir para o exercício da cidadania e cooperar ao alcance de uma melhor qualidade de vida da sociedade. A prática cidadã deve estar presente diariamente na vida das pessoas, conforme destaca Waldman (2003, p. 557).

Essa postura deve estar presente em toda a extensão da vida cotidiana, com cada cidadão exercitando sua responsabilidade ambiental em toda ocasião que estiver manipulando bens e materiais, buscando a finalidade

mais ecológica possível em cada atitude adotada no seu dia-a-dia e com a consciência do impacto que os mais simples procedimentos podem provocar no meio natural.

No caminho ao desenvolvimento de uma mentalidade que atente às questões do meio ambiente e exercício da cidadania de pessoas e instituições, Lopes (2003, p. 163) lembra que o conhecimento, a informação e a comunicação precisam atuar sobre alguns objetivos.

O conhecimento precisa ir além do diagnóstico, propondo alternativas para o enfrentamento dos problemas e divergências; a informação deve ir além dos fatos cotidianos e do denunciismo para divulgar inovações, disseminar experiências compartilháveis e perspectivas promissoras de longa duração; e a comunicação necessita ir além do senso comum e da “opinião pública”, promovendo transformações no pensamento, hábitos e atitudes.

Compete então aos jornalistas levar a informação para o mais perto de seu público, decodificando termos e expressões científicos da área em uma linguagem compreensível do interlocutor e fornecendo indícios em seus discursos na promoção de um posicionamento dos interlocutores com relação às questões apresentadas para que estes desenvolvam comportamentos mais conscientes.

Nesse sentido, Nelson (1994), por sua vez, lembra em seu manual sobre produção de reportagens ambientais que transformar o jargão científico em uma linguagem clara seja talvez o maior desafio dos jornalistas ambientais, pois como afirma o próprio autor, a maioria dos leitores, não possuem tempo e nem interesse em decifrar os termos no dicionário. Assim sendo, os jornalistas podem além de construir discursos inteligíveis, utilizar recursos (imagens, quadros, infográficos, entre outros) que auxiliem e melhorem o entendimento de conteúdos e questões que envolvem o meio ambiente. O jornalista, por fim, realiza um processo de mediação entre a sociedade e o conhecimento ambiental.

### 3.1 A MÍDIA DE REVISTA

Sabe-se, claramente, que os veículos jornalísticos são de uma forma geral, os maiores responsáveis por levar informações à população do que acontece no mundo. Mesmo com a televisão fazendo uma ampla cobertura de algum assunto é



geralmente no meio impresso que as pessoas que se mostrem interessadas vão buscar confirmar e aprofundar conhecimentos das informações obtidas pela tevê ou ouvidas no rádio, pois “quem quer saber mais tem que ler” (SCALZO, 2003, p. 13). As informações que são veiculadas pela palavra escrita, dentro de produtos jornalísticos impressos, por exemplo, podem proporcionar um amplo conhecimento sobre os mais diversos assuntos.

Neste processo, as revistas são um bom auxílio, pois surgiram com propósito de ajudar na complementação da educação, no aprofundamento e contextualização de assuntos que geralmente já vem sendo pautados na mídia. Como bem aponta Scalzo (2003, p. 14)

revista une e funde entretenimento, educação, serviço e interpretação dos acontecimentos. Possui menos informação no sentido clássico (“as notícias quentes”) e mais informação pessoal (aquela que vai ajudar o leitor em seu cotidiano, em sua vida prática).

Em virtude dessa contextualização que as revistas proporcionam aos assuntos, salienta-se a característica que maior as diferencia em relação aos demais produtos jornalísticos: a profundidade. A propósito, conforme assegura Beltrão (1992), dentre os principais atributos que caracterizam o jornalismo está a interpretação. Diante dessa visão, o autor divide o jornalismo em extensivo e intensivo, sendo que o segundo trata do jornalismo em profundidade<sup>21</sup>, ou seja, a mídia de revista. Dittrich (2003) ao desenvolver um estudo dedicado às reportagens de economia no jornalismo<sup>22</sup> de revista aponta, nesse sentido, que pelo fato das revistas dedicarem-se a um jornalismo mais reflexivo se permite uma abordagem sobre algum assunto a partir de vários ângulos.

Em se tratando de meio ambiente é nas revistas que os leitores irão encontrar informações que os ajudem em suas vidas cotidianas e conhecimentos diversos sobre o tema. Beltrão explica a partir da ocorrência de um fato, como se desenvolve o processo que envolve a interpretação jornalística.

<sup>21</sup> Beltrão (1993, p. 84) afirma que “o jornalismo intensivo é o exercício à base da reflexão”. De acordo com a posição do autor, nessa modalidade as informações das matérias são apuradas e analisadas de uma forma mais completa e profunda.

<sup>22</sup> O trabalho desse autor se dedica a analisar as dimensões informativa e argumentativa presente nas reportagens de economia apoiando-se na retórica e na Teoria da Relevância, uma outra perspectiva de estudo da pragmática.

O jornalista terá de examinar a sua importância e caráter, o interesse que despertará, as repercussões da sua divulgação e, se informa sobre ele, o simples fato de destacá-lo e publicá-lo expressa o resultado de uma interpretação, que consiste no ato de submeter dados recolhidos a uma seleção crítica, transmitindo ao público, apenas, os que são realmente significativos (BELTRÃO, 1993, p. 80).

Além de uma abordagem mais profunda aos assuntos, o formato é outra importante característica do jornalismo de revista. Nesse tipo de publicação são explorados recursos de imagem e texto em alta qualidade que reforçam e complementam teses apresentadas nas matérias. As fotografias não devem servir apenas como meras ilustrações, junto com as legendas, precisam apresentar-se de uma forma com que cativem seus leitores, haja vista que uma é tão importante quanto à outra para a construção de uma reportagem que “deixe o leitor feliz” (SCALZO, 2003, p. 76), ou seja, um texto que traga uma informação correta, simples e clara, construída de uma forma prazerosa.

Revistas contam ainda com o leiaute, ou seja, o projeto gráfico, que assim como o conteúdo deve ser bem pensado e elaborado para que proporcione uma identidade ao produto. Nesse tipo de publicação textos e fotografias podem ser distribuídos e organizados com maior liberdade do que em jornais.

Outro fator importante dos veículos impressos é destinar um lugar em suas publicações para o *feedback* do seu público-leitor. Nas revistas, este espaço ganha maior destaque. Trata-se de um canal onde o produto jornalístico pode obter um retorno sobre sua receptividade, permitindo com que os leitores possam mandar sugestões, críticas e fazer comentários sobre os assuntos publicados geralmente na edição anterior da publicação.

Aliás, como bem lembra Scalzo (2003, p. 12) “revista é também um encontro entre um editor e um leitor, um contato que se estabelece, um fio invisível que une um grupo de pessoas, e nesse sentido, ajuda a construir identidade”. Pode-se presumir que o produto torna possível estreitar uma ligação maior entre quem produz a informação e quem recebe, além de permitir que os jornalistas daquele periódico conheçam seu público de diálogo, seus interlocutores. Dessa forma, possibilita o fortalecimento dos laços desses usuários como pertencentes a um grupo que consome conhecimento a partir de um determinado produto, criando assim uma identidade para esse.

Sobre um produto de informação jornalística que trabalhe com temas como o meio ambiente, um espaço destinado ao leitor pode ser uma maneira de o mesmo expressar-se e mostrar preocupação e atitudes favoráveis à preservação do planeta. Com relação à produção jornalística, as revistas detêm de um espaço mais amplo e periodicidade maior do que os jornais para elaboração de suas matérias, o que se presume que possam dar um tratamento mais cuidadoso à informação.

Um mesmo texto de revista pode conter uma informação, análise, interpretação e ponto de vista (BOAS, 1996, p.34) o que reforça mais assiduamente a função jornalística. Sob esse aspecto, reforça-se o caráter performativo-argumentativo do jornalismo, visto que, por meio das informações que veicula possibilita com que o interlocutor possa tomar uma posição quanto ao assunto – ação – como também a inserção de pontos de vistas, sustenta a argumentatividade do texto. Por fim, a mídia de revista permite um jornalismo mais investigativo, analítico e interpretativo tanto por parte de quem produz como por quem consome os conteúdos.

Com relação a sua historicidade, o jornalismo de revista está presente nas sociedades do mundo todo. Ao longo do seu desenvolvimento passou por reformulações para suprir as necessidades de um público cada vez mais exigente sendo que sua maior afirmação se deu no trajeto de duas direções: o da educação e do entretenimento (SCALZO, 2003), pois o desenvolvimento desses dois percursos aconteceu em virtude de que por um lado, as fotos que as revistas apresentavam serviam para entreter os leitores em suas viagens, e por outro, as revistas auxiliavam na formação e na educação de fatias da população que necessitavam de informações mais específicas, mas não tinham acesso e/ou não queriam dedicar-se aos livros.

Segundo relata Scalzo (2003) em seu livro dedicado ao veículo jornalístico revista, o desenvolvimento dessa mídia teve início na Alemanha, em 1663, quando surgiu a primeira publicação intitulada *Erbauliche Monaths-Unterredungen* (ou Edificantes discussões Mentais) muito semelhante a um livro. Caracterizava-se como revista porque trazia artigos sobre um mesmo tema – teologia – a um público específico. A partir desta inovação para época, foram surgindo outras publicações similares pela Europa e Estados Unidos.

Conforme os países iam se desenvolvendo e aumentando os índices de escolarização, crescia na população um interesse pela leitura, mas não por livros,

pois esses ainda eram pouco acessíveis e vistos como instrumentos da elite. As revistas se tornavam então o objeto de desejo dos novos leitores, pois por meio delas “era uma forma de fazer circular, concentradas, diferentes informações sobre os novos tempos, a nova ciência e as possibilidades que se abriam para uma população que começava a ter acesso ao saber” (SCALZO, 2003, p. 20).

Com isso, surgiram revistas voltadas a parcelas diferentes de mercado, como, por exemplo, as femininas, as científicas, as literárias, entre outros tipos.<sup>23</sup> O avanço no gênero veio com o lançamento da primeira revista semanal de notícias<sup>24</sup>, nos Estados Unidos, em 1923. Intitulada *Time*, era voltada ao homem de negócios. O formato desse periódico foi adotado em vários países, inclusive pelo Brasil, na revista *Veja*, em 1968.

No Brasil, as revistas começaram a circular com a chegada da Família Real, no início do século XIX, pois assim como em Portugal, a imprensa era proibida. As publicações eram voltadas a elite estrangeira que estava se consolidando no Brasil. A primeira publicação chamou-se “Variedades”, publicada em 1812, também se assemelhava muito a um livro. Um ano depois, foi publicada a segunda revista, intitulada “O Patriota”. Em 1827, surgiu então a primeira revista segmentada por tema. Esta era dedicada a médicos.

Com a falta de recursos as revistas foram fechando tão logo abriam. No início do século XX, com o movimento *Belle Époque*<sup>25</sup> e assim remodelação das cidades, a então nova mídia acompanhou esta movimentação. O Brasil num período posterior encontrou no fotojornalismo uma maneira especial de narrar os fatos. A partir daí, passou a editar revistas que exploravam essa modalidade jornalística. Era o caso da revista “O Cruzeiro” e “Manchete” que se tornaram sucesso em vendas.

Neste caminho, a publicação mais expressiva no Brasil e/ou lembrada é a da Revista “Realidade”, de 1966, adepta a um jornalismo investigativo. Em razão às

---

<sup>23</sup> São considerados no Brasil pelo menos vinte gêneros na classificação dos principais títulos em circulação de acordo com o Instituto Verificado de Circulação (IVC).

<sup>24</sup> Com o desenvolvimento desse tipo de publicação, deu-se o pontapé inicial a reportagem no jornalismo.

<sup>25</sup> A *Belle Époque* foi um período de cultura cosmopolita na história da Europa que começou no final do século XIX e se estendeu até a eclosão da Primeira Guerra Mundial, em 1914. Foi uma época marcada por profundas transformações culturais que se traduziram em novos modos de pensar e viver o cotidiano. Fonte: InfoEscola. Disponível em: < <http://www.infoescola.com/artes/belle-epoque/> >.

dificuldades enfrentadas pelas editoras as revistas investigativas tiveram fim mesmo fazendo sucesso. Investiu-se, na sequência fortemente na revista *Veja*<sup>26</sup>, que inspirada na publicação *Time*, trazia notícias da semana dividida em seções.

De acordo com Scalzo (2003) com o desenvolvimento da Indústria e da sociedade, começou-se a surgir o conceito de segmentação editorial e então as revistas técnicas segmentadas foram ganhando espaço. Dentro desse mercado, se desenvolvem as chamadas revistas científicas atendendo a públicos específicos como também leigos.

Quanto a veiculação de informações sobre meio ambiente, o fato é que os meios de comunicação começaram a dar mais atenção e amplitude na cobertura das questões ambientais a partir da década de 70, com a realização de eventos internacionais pelo mundo, a exemplo da Conferência de Estocolmo, em 1972, que tornou-se um marco histórico com relação a preservação ambiental. No Brasil, o meio ambiente alcançou destaque na mídia quando eventos internacionais aconteceram no País, como a conferência Rio 92<sup>27</sup>.

Pode-se dizer que com a realização de um evento global, a crescente atenção pelos meios de comunicação da temática ambiental e o surgimento das publicações científicas colaboraram para a criação de periódicos voltados para as questões do meio ambiente, pois os campos do jornalismo científico e ambiental não se desenvolvem de maneira isolada.

Com o surgimento da internet, especulou-se que produtos impressos, como jornais e revistas, com o tempo desapareceriam. O que se pode observar até o momento é que eles têm se remodelado em função ao meio digital. Uma avaliação realizada pelo Instituto Verificador de Circulação (IVC)<sup>28</sup>, órgão responsável pela auditoria de jornais e revistas no País aponta, inclusive, para o crescimento das vendas de publicações de revistas.

---

<sup>26</sup> Revista semanal brasileira de maior circulação no país, criada em 1968. Possui como principais temas política e economia.

<sup>27</sup> II Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento Humano, que realizou-se no Rio de Janeiro no ano de 1992.

<sup>28</sup> Fez parte da verificação do IVC 172 títulos, sendo 25 semanais, 145 mensais e duas quinzenais. O estudo compreendeu o período de julho de 2010 a junho de 2011. Disponível em <<http://www.adnews.com.br/pt/midia/meio-revista-cresce-5-1-no-brasil.html>>. Acesso em 10/09/2011.

### 3.1.1 Revistas de atualidades

Quando se refere à mídia de revista, existem as monotemáticas e multitemáticas. Ao contrário de revista do tipo monotemática que se dedica a abordagem de um assunto, e tem um público com foco mais específico – como, por exemplo, profissionais e estudantes de áreas que pesquisam e/ou trabalham com esses assuntos e que se interessam e/ou buscam informações particulares em publicações desse tipo – e as revistas multitemáticas que apresentam um compromisso com mais tipos de leitores, pois haverá aquele que está atrás de conhecimentos diversos, outro que busca tal periódico pelo interesse por alguma temática específica ou em razão a forma como a revista transmite os conteúdos, entre outros fatores. Em vista que o discurso desenvolvido pelo jornalista deve buscar cativar a esses leitores para o bom relacionamento do mesmo com o produto, a linguagem deve ser compreensível e atrativa.

Como já mencionado nesse trabalho, uma das características desse veículo de comunicação é a sua periodicidade que geralmente é semanal, quinzenal ou mensal. Sendo assim, uma revista que circula uma vez na semana, ou no mês não pode simplesmente resumir o que outros veículos de comunicação já apresentaram ao leitor. Sendo assim “a publicação de periodicidade mais larga obriga-se a não perecer tão rapidamente, durar mais nas mãos do leitor” (SCALZO, 2003, p. 42).

Em função disso é que as revistas buscam apresentar um jornalismo mais analítico no qual permita que pessoas que queiram saber mais detalhes sobre algum assunto possam se interessar por esse tipo de publicação.

Atualmente, as revistas de atualidades veiculadas semanalmente são as que possuem maior circulação no país<sup>29</sup>. Contudo, publicação mensal detém também a atenção da população como opção na busca por informações e conhecimentos. Nesse cenário, vale mencionar que dentre os três principais títulos de revistas consideradas também de atualidades no âmbito de sua natureza, segundo o Instituto Verificador de Circulação (IVC) estão: Superinteressante, Planeta e Galileu.

Tratando-se da evolução na circulação de revistas, conforme Mídia Dados (2012), a Planeta foi a que teve maior percentual de crescimento nos últimos três

---

<sup>29</sup> Veja e Istoé são revistas que lideram em circulação no país, segundo dados levantados pelo Grupo de Mídia de São Paulo em 2012.

anos<sup>30</sup>, o que identifica um aumento no número de pessoas que encontram nesse periódico uma forma de atualizarem-se e adquirirem conhecimentos.

### 3.2 A REPORTAGEM

É no jornalismo de revista que a reportagem é bastante explorada, principalmente em revista de periodicidade mensal, que demanda de um tempo para elaboração maior e o espaço disponível dado a este tipo de publicação também é mais amplo. Ela é considerada um tipo de gênero de texto (LAGE, 2011a) e por assim estar presente nos veículos jornalísticos, também um gênero jornalístico.

A reportagem pode aparecer como pertencente de diferentes tipos de gêneros jornalísticos. Há autores que a inclui dentro da categoria denominada jornalismo informativo, ao lado da notícia e entrevista. Por outro lado existem aqueles que a defende como pertencente ao gênero intitulado jornalismo interpretativo, dividindo o posto com o artigo e a crônica. Dentre essas categorizações, a reportagem pode ser encarada como um complemento da notícia ou afirmando-se como um gênero com características próprias. Esses atributos dependem da visão adotada, isto é, se considerada sob seu ponto de vista estrutural, de produção, entre outros.

Para Melo (1994, p. 65), por exemplo, a reportagem é compreendida como “um relato ampliado de um acontecimento que já repercutiu no organismo social e produziu alterações”. Visão esta, também compartilhada por Lima (1993) que acrescenta que é na tarefa de ampliar os fatos, que a reportagem possibilita ao leitor um entendimento de maior amplitude do assunto. Os autores apontados conceituam-na a partir do gênero informativo.

Dittrich (2003) por sua vez, ao entender que a reportagem apresenta características tanto de ordem do jornalismo interpretativo como informativo considera a reportagem como um gênero híbrido, como explica

---

<sup>30</sup> De acordo com dados levantados pelo Grupo de Mídia de São Paulo, no período de 2009-2011, a revista Superinteressante foi a que deteve o maior número de circulação. Entretanto, sofreu uma diminuição de 3,39%. Por outro lado, a revista Planeta obteve um crescimento de 67,52% ao longo dos últimos três anos, superando a revista Galileu que apresentou uma queda de 7,02% nesse período.

Da notícia toma emprestado o caráter informativo porque acrescenta dados que a exigência de imediatismo não permitiu veicular, do artigo ou editorial, a emissão de opinião (embora velada), pelo ângulo de abordagem que privilegia e pela seleção das documentações em que se ampara (DRITTICH, 2003, p. 31-32).

Sodré e Ferrari (1986, p. 9), indo além, consideram a reportagem como “o lugar por excelência da narração jornalística” defendendo que para ser considerada como tal precisa predominar o desenvolvimento de uma narrativa.

A narrativa não é privilegio da arte ficcional. Quando o jornal diário noticia um fato qualquer, como um atropelamento, já traz aí, em germe uma narrativa. O desdobramento das clássicas perguntas a que a notícia pretende responder (quem, o quê, quando, onde, como e porquê) constituirá de pleno direito uma narrativa, não mais regida pelo imaginário, como na literatura de ficção, mas pela realidade factual do dia-a-dia, pelo pontos rítmicos do cotidiano que, discursivamente trabalhados, tornam-se *reportagem*. Esta é uma extensão da notícia e, por excelência, a forma-narrativa do veículo impresso (SODRÉ e FERRARI, 1986, p. 11).

Lage (2011a) estabelece algumas distinções entre notícia e a informação jornalística, categoria segundo o qual, considera que inclui a reportagem, lembra que nem sempre as reportagens precisam, necessariamente, se originar de notícias, basta que os assuntos tratados façam parte do universo de interesse público, onde convém citar o tema meio ambiente, por exemplo, que está intrinsecamente ligado à vida humana.

Uma reportagem varia conforme o veículo, público e assunto. É nesse gênero de texto que o produtor/jornalista possui maior liberdade para escrever. Conforme assegura Lage em obras anteriores (1999) o objetivo de um jornalista que produz uma reportagem é contar uma história verídica, expor uma situação ou então interpretar fatos. Em se tratando de revista, esta detém de públicos leitores específicos que possuem interesses particulares por assuntos. Uma narrativa bem construída promove o estabelecimento de uma identidade própria no tratamento de assuntos.

Entretanto, apesar de permitir maior liberdade para trabalhar a informação, o texto jornalístico da reportagem, para ser caracterizado como informativo e precisa apresentar no decorrer de seu relato respostas as perguntas básicas: (o que?, quem?, quando?, como?, onde? e por quê?), sendo que as circunstâncias que envolvem cada matéria é que determinarão a ordem de importância das questões.



Sodré e Ferrari (1986) argumentam que mais que buscar definições do que caracterize uma notícia ou reportagem, as funções que as determinarão variam conforme os propósitos de seu produtor.

Um fato pode ser tão importante quanto sua simples notícia ou uma enorme reportagem a respeito dele vão sempre procurar documentar seus aspectos referenciais, porque aí está a expectativa do leitor. Já num episódio de restrito interesse só ultrapassará o mero registro se envolto em circunstâncias que conduzirão o leitor a um posicionamento crítico, revelando-lhe ângulos insuspeitados, salientando outros apenas entrevistos – enfim iluminando e ampliando a visão sobre determinado assuntos (SODRÉ E FERRARI, 1986, p. 36)

Quanto à reportagem sobre meio ambiente, Bueno (2007) relata que um repórter que trabalha com esta temática necessita capacitar um olhar multi e interdisciplinar, comprometido com a causa. Conforme explica “se a pauta, as fontes, o foco da entrevista não estiverem respaldadas neste olhar, teremos, obviamente, uma reportagem qualquer (BUENO, 2007a, p. 36)”. O que o autor se refere é ao fato de que o repórter precisa mostrar um comprometimento quando se depara com uma reportagem que envolve a temática ambiental, pois se trata de um conteúdo que possui uma necessidade em ser veiculado, tamanho o seu grau de interferimento no vida de todas as formas de vida. Sendo assim não pode se dar simplesmente ao relato, sem demonstrar objetivo algum.

## 4 TRAJETÓRIA DA PESQUISA

Neste capítulo, são apresentados os procedimentos teórico-metodológicos que orientam a investigação deste estudo cujo foco é analisar os usos que são feitos da linguagem pelo jornalismo em suas produções.

O campo da comunicação é feito de relações, sendo essa interação possível pelas funções comunicativas que a linguagem possui. Pensando-se na problemática que guia a realização desta pesquisa (Como o jornalismo se posiciona ao reportar o meio ambiente tendo em vista o desenvolvimento de uma mentalidade ecológica das pessoas?) e a abordagem dos dados ser de caráter qualitativo, o aporte que melhor se encaixa para sustentar o objetivo que se propõe é o da pragmática.

Duarte e Barros (2011) mostram que a área da comunicação engloba muitos métodos e técnicas de pesquisa<sup>31</sup> disponíveis, em razão de o campo das ciências humanas e sociais ser abastecido por disciplinas variadas. Em observação às produções realizadas, geralmente as pesquisas que se dedicam a analisar os conteúdos jornalísticos se apoiam na Análise do Discurso. A fim de ampliar o escopo de estudo, o presente trabalho se alicerça na pragmática como lente de investigação do objeto com o entendimento de que a mesma leva em consideração as condições de uso da linguagem, além das intenções e/ou os saberes que os falantes já possuem e que intervêm nos sentidos das mensagens.

### 4.1 O *CORPUS* EMPÍRICO

A pragmática é vista como uma “perspectiva de uso geral da linguagem na comunicação” (OLIVEIRA, 2011, p. 3) e não uma metodologia em si que fornece instruções de como os dados devem ser coletados e que procedimentos de análise devem ser seguidos. Sendo assim, cabe ao pesquisador delimitar as formas de realização do estudo de modo com que melhor possam cumprir os objetivos propostos. Considerando-se o teor qualitativo dessa investigação, optou-se por

---

<sup>31</sup> Os autores elencam uma lista com os principais procedimentos de investigação já aplicados nas pesquisas em comunicação no Brasil.

realizar a análise em um produto jornalístico de revista. Para tanto, foram estabelecidos alguns critérios que delimitaram a escolha da publicação a ser analisada, descritos a seguir:

- A) Ser um periódico **multitemático**, que apresente outros temas além do meio ambiente, pensando-se na divulgação dos conhecimentos que envolvem as questões ambientais a um público mais heterogêneo. Revistas que se dedicam a abordar somente a uma temática destinam-se a públicos mais limitados, geralmente profissionais e estudantes de áreas que pesquisam e/ou trabalham com esses assuntos e que se interessam e/ou buscam informações particulares em publicações desse tipo;
- B) Possuir um **espaço regular** em sua publicação que se destine a veiculação de matérias sobre meio ambiente;
- C) Disponibilizar os conteúdos apresentados nas edições impressas também na plataforma digital – parcial ou integralmente – de modo que permita que pessoas que venham a se interessar pelos conteúdos possam ter **acesso** aos mesmos.

Levando em conta os critérios dispostos, chegou-se à revista Planeta (FIGURA 1) para investigação do objeto dessa pesquisa.

A 'Planeta' é uma publicação de informação jornalística de âmbito nacional e circulação mensal no Brasil desde 1972. Pertence à Editora Três e aborda em suas páginas vários assuntos, como meio ambiente, tecnologia, comportamento, saúde, entre outros. Tal produto jornalístico pode ser adquirido em bancas de revista, entretanto, de acordo com o Mídia Kit de 2012 da revista, a maioria de seus leitores são assinantes (97%)<sup>32</sup>, sendo sua audiência composta principalmente pelas classes A (16%) e B (52%). O público é bastante equilibrado, formado tanto por mulheres (53%) como homens (47%).

---

<sup>32</sup> Disponível em <[http://editora3.terra.com.br/downloads/midiakit\\_planeta.pdf](http://editora3.terra.com.br/downloads/midiakit_planeta.pdf)> acesso em 10/01/2012.



FIGURA 2 – CAPA REVISTA PLANETA  
FONTE: EDIÇÃO DE NOVEMBRO DE 2011

Conforme o Instituto Verificador de Circulação (IVC), a revista se encaixa na categoria '**Atualidades**'<sup>33</sup> com relação à sua natureza e é inserida no gênero 'Ciência/Cultura', de acordo com a categorização estabelecida pelo Grupo de Mídia de São Paulo, em 2012. A partir disso, entende-se que diferentemente das revistas voltadas para adolescentes, publicações sobre carros ou para homens de negócios, que dialogam com públicos mais específicos, por exemplo, o periódico em questão veicula suas mensagens pensando em um público mais diversificado que está atrás de conhecimentos diversos.

O público-leitor da revista Planeta pode ser considerado como mais heterogêneo, levando-se em conta a faixa-etária do periódico que, de acordo com a editora, varia dos 10 a 49 anos<sup>34</sup>. Uma amostra desse índice de leitores pode ser

<sup>33</sup> Disponível em <<http://www.ivcbrasil.org.br/aPublicacoesAuditadasRevista.asp>> acesso em: 20/05/2012.

<sup>34</sup> Conforme os dados levantados pela editora com base no público assinante, os leitores da revista se dividem em: 42% de idade entre 10 a 29 anos, 29% entre 30 a 49 anos e 29% dos leitores possuem mais de 50 anos. Disponível em <[http://editora3.terra.com.br/revista\\_planeta.php](http://editora3.terra.com.br/revista_planeta.php)> acesso em: 28/01/2012.

conferida no espaço disponibilizado pela revista para retorno do público, denominado “Cartas”. Em virtude disso, o uso da linguagem adotado pela revista precisa atingir a todos esses tipos de leitores para que os conteúdos produzidos possam fazer ao menos um mínimo de sentido para quem está consumindo-os.

Aliás, Scalzo (2003) explica que o contato com o leitor é essencial para que a revista possa ter uma boa sintonia com seu público.

O serviço de atendimento ao leitor é um espaço de conversa privilegiado na relação entre o público e sua revista. É ali que os leitores reclamam quando acham que a revista errou, dão palpites, oferecem ideias, brigam, pedem ajuda... Atualmente a maioria das revistas tem uma linha telefônica e/ou email reservado exclusivamente para atender os leitores. Dali saem sugestões de pauta, sente-se o pulso das seções e das matérias, medem-se os erros e acertos de cada edição (SCALZO, op cit. p. 37)

Por ora, ressalta-se que a revista Planeta não é o elemento determinador de verificação da abordagem do meio ambiente realizada pelo jornalismo, mas um recorte de investigação que foi adotado neste estudo para que seja possível realizá-lo em tempo hábil, considerando-se que se trata de uma análise qualitativa dos conteúdos produzidos. A pesquisa se pauta em verificar como a revista em questão faz uso da linguagem para transmitir assuntos do meio ambiente e interagir com seus leitores.

Ao considerar a função social que a linguagem pode desempenhar e em razão de o meio ambiente se tratar de uma temática necessária de veiculação (BUENO, 2007a), os discursos devem mobilizar atitudes conscientes de todas as pessoas. Independente da especificidade do veículo, o jornalismo detém a responsabilidade de realizar o processo de mediação do conhecimento para com a sociedade. Em relação a revistas, as de informação semanais talvez possuam maior poder de persuasão em vista ao alcance de maior público; mas tratando-se da temática ambiental, que está muito mais ligada à reflexão dos comportamentos adotados e efeitos disso na natureza, compreende-se que periódicos mensais que geralmente apresentam o gênero reportagem, permitem uma maior reflexão dos leitores ao fornecer conteúdos mais contextualizados sobre os assuntos.

Na revista Planeta, o meio ambiente é referido em vários momentos da publicação, tanto na seção destinada pelo periódico para dar atenção ao tema como aparece também relacionado em seções destinadas ao tratamento de outros temas

Isso ocorre não só por causa do caráter multi e interdisciplinar da temática ambiental, mas em virtude de um acordo estabelecido da publicação com a Unesco<sup>35</sup> (Organização das Nações Unidas para a educação, a ciência e a cultura).

Feita a designação da publicação a ser analisada, foi estabelecido que o *corpus* empírico fosse composto pelo material publicado na revista na seção fixa intitulada 'Ambiente' em razão do teor qualitativo da pesquisa. Optou-se por selecionar as edições publicadas no ano de 2011 em virtude de este ter sido um período em que ocorreram muitos acordos importantes que envolveram o meio ambiente, como o novo tratado do Protocolo de Quioto (*Kyoto Protocol*) e a reformulação do Código Florestal.

O período de seleção do *corpus* iniciou-se em janeiro e se estendeu até dezembro do mesmo ano, totalizando 12 edições. Realizada a coleta do material, foi verificado que na seção 'Ambiente' apresentaram-se reportagens e notas<sup>36</sup> jornalísticas que serão apresentadas e discutidas no capítulo 5, dedicado à análise dos dados. Nele serão examinados o enfoque dado pela revista à temática e as estratégias adotadas para que se possa cumprir o objetivo geral desse trabalho.

## 4.2 DEFINIÇÕES E PROCEDIMENTOS DE ANÁLISE

Como já referido, para sustentar a investigação do objeto desse estudo e cumprir os objetivos propostos, o referencial teórico-metodológico se apoia na pragmática, seguindo a proposta de Mey (1993) de que as condições que definem o uso da linguagem são determinadas pelo contexto da sociedade. Sendo assim, os sentidos dos enunciados se relacionam ao “mundo em que a palavra é usada” (OLIVEIRA, 2011, p. 5), ou seja, a situação comunicativa em que a linguagem é empregada.

---

<sup>35</sup> Apresenta assuntos da área de Patrimônio da Humanidade e dos setores educacional e científico. A parceria permite a reprodução e/ou utilização do material de pesquisa e utilização das informações dos arquivos e imagens da mesma. Único acordo do gênero do Brasil; em todo o mundo, há menos de dez. Fonte Mídia Kit Planeta. Disponível em <[http://editora3.terra.com.br/downloads/midiakit\\_planeta.pdf](http://editora3.terra.com.br/downloads/midiakit_planeta.pdf)>. Acesso em 10/04/2012.

<sup>36</sup> Tipo de texto que se caracteriza por sua brevidade. Deve responder a três questões básicas do jornalismo: que, quem e quando.

Esta pesquisa leva em consideração o caráter performativo e argumentativo do jornalismo para que possa realizar uma análise dos usos linguísticos realizados pelos jornalistas para comunicar e interagir. Acredita-se que algumas perspectivas teóricas da pragmática abordadas (Atos de Fala, Cooperação e Polidez) possam sustentar o percurso teórico-metodológico desse estudo, pois dão suporte para que a comunicação possa acontecer. Como se complementam podem contribuir para os objetivos a que esse trabalho se propõe.

Os procedimentos metodológicos foram elaborados levando-se em conta a consideração de Laplatine (2007) de que devemos ser observadores que participam da situação. A partir disso, pode-se compreender e considerar que o recorte que é feito por um pesquisador para análise de determinado objeto de pesquisa assume uma interpretação que é dada pelo mesmo. Tal postura vai ao encontro do que abarca a pragmática, pois, segundo Rajagopalan (2011, prelo), trata-se de um campo interpretativo. Sendo assim,

os recortes que efetuamos no mundo que vislumbramos sempre são recortes feitos sob encomenda, por mais inconsciente que possa ser. Em última análise isso significa que não há como dissecar a natureza, sem nela interferirmos ao mesmo tempo (RAJAGOPALAN, op. cit).

No que diz respeito à análise do *corpus* da pesquisa empreendida, ao delimitar e selecionar as estratégias que são utilizadas pela revista (no caso dessa investigação, à luz das máximas de cooperação e estratégias da polidez) o pesquisador está interferindo, enquanto observador, no recorte e na significação. Além disso, considerando o discurso jornalístico e o fato de que o pensamento é sempre intencional para a pragmática, as mensagens produzidas pelos falantes nas interações são sempre carregadas por intenções e propósitos. Logo, no caso, o jornalista ao construir seus discursos também interfere na construção de sentidos, ao inserir seu ponto de vista.

Calçada nas questões apresentadas e buscando averiguar como o meio ambiente é reportado pela revista, a análise do *corpus* se dividirá ao cumprimento de dois objetivos específicos. Primeiramente, serão verificados os assuntos das matérias que foram veiculadas nas 12 edições do periódico com base nos tópicos pertinentes do jornalismo ambiental (BUENO, 2007b) para

que se possa ter uma amostra dos temas que foram abordados e destacados pela publicação com relação à temática do meio ambiente durante o período. Essa análise responderá ao enfoque (em termos dos assuntos abordados) que é dado pela revista, ou seja, o que é expresso sobre o meio ambiente.

O segundo objetivo estabelecido diz respeito às estratégias que podem ser adotadas pelos jornalistas em suas produções. Levando em conta que as pessoas precisam se relacionar entre si e com o mundo para se viver em sociedade, a análise será realizada tomando-se por base o Princípio da Cooperação de Grice (1982) e as estratégias da polidez, propostas pelo modelo teórico de Brown e Levinson (1987) para examinar como os jornalistas então usando a linguagem para comunicar e interagir com seus interlocutores assuntos do meio ambiente. Entende-se que tais princípios pragmáticos tornam mais próximo de se averiguar o “como” e o “porquê” de o falante ter usado a linguagem de certa maneira em tal circunstância.

Em linhas gerais, Grice (1982) formula o Princípio da Cooperação e uma série de subprincípios básicos que supõe que os falantes seguem quando desejam tornar suas interações inteligíveis. Do princípio geral da Cooperação, tem-se o que o autor chama de “máximas conversacionais” que servem para otimizar as interlocuções e são importantes para a significação. São chamadas:

- a) Máxima da Qualidade: Não diga o que acredita ser falso ou que não tenha provas.
- b) Máxima da Quantidade: Não faça sua contribuição mais informativa do que é necessário.
- c) Máxima da Relação: seja relevante.
- d) Máxima de Modo: Seja claro e evite ambiguidades.

A polidez no modelo de Brown e Levinson (1987) surge no sentido de explicar o porquê de os falantes, em certos momentos, optarem por “violarem” as “máximas conversacionais” a fim de preservarem suas imagens. Aliás, a teoria desses autores é pertinente para este trabalho, pois os discursos, dependendo de como são formulados, podem ser potencialmente ameaçadores às faces do jornalista e leitor.



Brown e Levinson (1987) analisam que os participantes dos eventos comunicativos podem atuar com estratégias diretas e indiretas: dentro das estratégias diretas, podem realizar o ato sem reparação – *Bald on Record* ou com reparação – polidez positiva e polidez negativa ou utilizar estratégias indiretas – *Off Record*.

Em razão das estratégias da polidez positiva e estratégias da polidez negativa possuírem subdivisões, para a análise do conteúdo da revista foi estabelecida uma codificação como forma de facilitar o reconhecimento dessas estratégias, quando presentes nos textos. É pertinente reforçar que o interesse nessa investigação não é quantificar **qual** a estratégia mais utilizada pelos repórteres em seus discursos, mas verificar **quando** aparecem nos enunciados **como** se apresentam.

Para a polidez positiva foram estabelecidos os seguintes códigos:

- +A: Observe o outro. Seus interesses, desejos, necessidades.
- +B: Exagere: no interesse, na aprovação e simpatia pelo outro;
- +C: Intensifique o interesse pelo outro.
- +D: Use marcadores de identidade do grupo.
- +E: Procure acordo.
- +F: Evite desacordo.
- +G: Pressuponha e afirme pontos em comum.
- +H: Faça piadas.
- +I: Afirmar e pressuponha os conhecimentos sobre os desejos ao outro.
- +J: Prometa.
- +K: Seja otimista.
- +L: Inclua O ouvinte na atividade.
- +M: Dê ou peça razões ou explicações.
- +N: Assuma ou afirme reciprocidade.
- +O: Dê agradamentos ao ouvinte (simpatia, entendimento, cooperação).

Já para a polidez negativa os códigos são:

- A: Seja convencionalmente indireto.
- B: Questione, pergunte.
- C: Seja pessimista.
- D: Minimize a imposição.
- E: Mostre deferência (apreço/respeito).
- F: Peça desculpas.
- G: Impessoalize o falante e o ouvinte. Evite os pronomes “eu” e “você”.
- H: Declare o FTA como uma regra geral.
- I: Nomine;
- J: Mostre diretamente como se estivesse assumindo um débito (de agradecimento) com o ouvinte.

Para cumprimento do segundo objetivo foi estabelecido um roteiro de análise: primeiramente, foi verificado se a revista optou por utilizar de uma linguagem direta ou indireta em seus conteúdos. Para tanto, foram analisadas as chamadas de capa e a presença da linguagem utilizada no interior das reportagens. Feito isso, examinou-se no material publicado se o periódico apresentou cumprimento ou rompimento às máximas de conversação em seus enunciados. Nesse primeiro momento da análise também se fez uma avaliação da linguagem utilizada pela revista nas legendas das reportagens. Na sequência disso, foram verificadas as estratégias da polidez encontradas nas reportagens.

Vale mencionar que a opção pelo Princípio da Cooperação e Estratégias da Polidez para analisar a produção discursiva da revista vem ao encontro da questão norteadora dessa investigação em compreender como o jornalismo se posiciona acerca do tema meio ambiente. A partir dessas perspectivas teóricas é possível averiguar qual o comportamento que os jornalistas apresentam diante dessa temática: se o uso que fazem das palavras realça um comprometimento às questões do meio ambiente ou as estratégias utilizadas têm por objetivo afastá-los do que é produzido.

## 5 O MEIO AMBIENTE NA 'PLANETA'

Este capítulo se divide em tópicos que se destinam a analisar a narrativa produzida pela revista sobre o meio ambiente. Primeiramente, são examinados os assuntos que foram priorizados em relação ao tema para se averiguar o enfoque que é dado. Na sequência, os tópicos se dedicam a analisar as estratégias investidas pelos jornalistas nos seus enunciados.

Pode-se observar na seção 'Ambiente' um número de 15 reportagens (QUADRO 2) e 71 notas<sup>37</sup>, totalizando 86 produções jornalísticas. Em cada edição foram produzidas entre uma a duas reportagens e cerca de seis notas.

Número	Edição nº/mês	Título	Localização/Paginação
1	460/Jan	A febre climática	20-25
2	461/Fev	Muito prazer!	24-30
3	462/Mar	Velha, azul, desbotada e poluente...	32-39
4	463/Abr	A lição do Japão	22-25
5	464/Mai	Itatiaia: a montanha esquecida	20-26
6	465/Jun	7 Bilhões: expresso Terra lotado	22-31
7	465/Jun	Supermercados paulistas dizem não às sacolas plásticas	34-36
8	466/Jul	A natureza dá o troco	26-31
9	467/ Ago	A carne é fraca	24-30
10	468/Set	Iceberg no copo	40-45
11	468/Set	Terra de leite, mel e petróleo	36-40
12	469/Out	Minério submarino	42-45
13	470/Nov	Bem-vindo ao Antropoceno	26-31
14	470/ Nov	Degelo silencioso	46-51
15	471/Dez	Ecologia acústica	42-45

QUADRO 2- REPORTAGENS PUBLICADAS NA SEÇÃO AMBIENTE DA REVISTA PLANETA DURANTE O PERÍODO DE JANEIRO A DEZEMBRO DE 2011  
FONTE: DADOS DA PESQUISA (2011)

<sup>37</sup> Os títulos das notas jornalísticas bem como sua localização nas edições constam no apêndice desse trabalho.

É válido mencionar que por fins didáticos foi suprimida a transcrição completa de todas as reportagens, porém a indicação da edição e as páginas onde se encontram os conteúdos constam no quadro apresentado acima. Visando não tratá-los de maneira isolada, ao serem descritos fragmentos pertencentes a cada reportagem pela primeira vez, um breve texto referente ao assunto tratado na matéria acompanhará o enunciado ou o trecho apresentado para situar o leitor, a fim de proporcionar uma melhor compreensão e leitura desse trabalho.

## 5.1 O ENFOQUE DADO AO MEIO AMBIENTE

De acordo com Bueno (2007a, p. 33), o jornalismo ambiental e a comunicação ambiental em si atendem a uma gama de assuntos, dentre os quais é possível listar:

- O desenvolvimento da fauna e flora;
- A biodiversidade;
- Poluição nas variadas formas;
- Mudanças climáticas;
- Condições da água e do solo;
- O consumo consciente;
- Sociodiversidade (relação do homem com seu entorno);
- Resíduos domésticos e lixo industrial;
- As condições de produção dos alimentos;
- Produção, conservação e utilização da energia;
- Condições de habitação;
- Biomas e sua preservação;
- Crescimento e a regulação populacional;
- Reciclagem;
- Saneamento e tratamento dos efluentes industriais.

Pelo interesse por vários temas, o jornalismo que trabalha com o meio ambiente se trata de um campo multi e interdisciplinar (BUENO, 2007), pois os

assuntos refletem em demais áreas, como saúde, economia, entre outros. Essa multiplicidade pode ser visível em matérias que envolvem questões ambientais e são apresentadas em outros cadernos/seções de uma publicação, como por exemplo: ciência, saúde, economia, entre outras.

Em razão da abordagem dos dados desta investigação ser de natureza qualitativa, o conteúdo analisado é o publicado na seção intitulada 'Ambiente', contudo, visto que meio ambiente não é um tema que se trata de maneira isolada, é pertinente manifestar a sua presença em demais espaços da revista. Nas edições que compõem o *corpus* desse trabalho foi possível observar que a temática aparece relacionada em matérias das seções 'Ciência', 'Entrevista', 'Viagem' e 'Ecologia'.

Com base nos temas mencionados acima, foram esquematizadas categorias para averiguar nas reportagens e notas jornalísticas publicadas os assuntos que foram abordados pela revista no período de janeiro a dezembro de 2011.

Nas 15 reportagens publicadas na seção foi percebido uma concentração da revista envolta a alguns assuntos e um equilíbrio em sua distribuição (FIGURA 2).

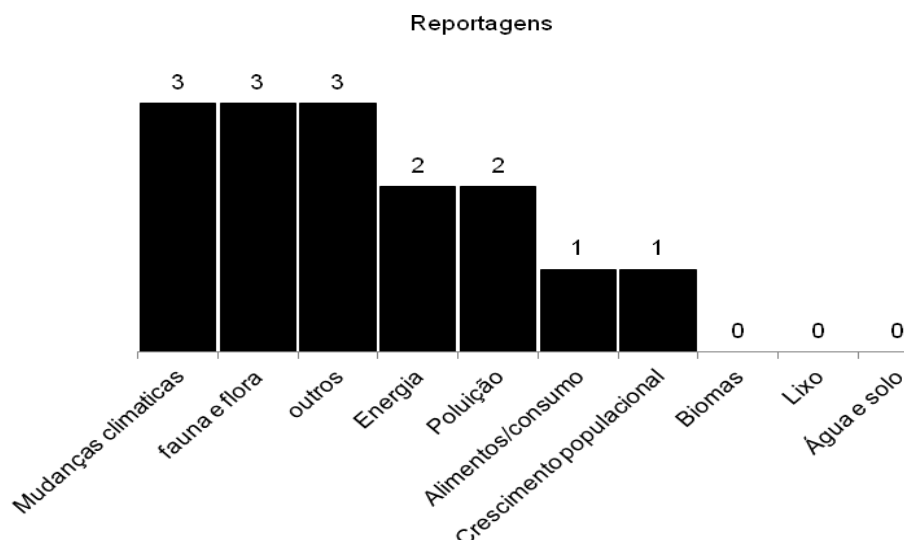


FIGURA 3- NÚMERO DE REPORTAGENS PUBLICADAS POR CATEGORIA NA SEÇÃO AMBIENTE DA REVISTA PLANETA NO PERÍODO DE JANEIRO A DEZEMBRO DE 2011  
FONTE: A autora (2012)

Conforme se pode visualizar, a categoria mudanças climáticas, junto das categorias fauna e flora e outros<sup>38</sup> foram as temáticas mais abordadas pelos

<sup>38</sup> As reportagens que fizeram parte dessa categoria foram "Iceberg no copo" (ed. 468), "Minério submarino" (ed. 469) e "Bem-vindo ao Antropoceno" (ed. 470).

jornalistas, todas produzindo três reportagens. Dois textos trouxeram a energia como o assunto trabalhado e outras duas categorias trataram sobre a poluição. Alimentos/consumo e crescimento populacional foram assuntos que estiveram presentes em uma reportagem da revista.

Nas 71 notas jornalísticas publicadas pela ‘Planeta’ foi possível observar uma variação nos assuntos tratados (FIGURA 3).

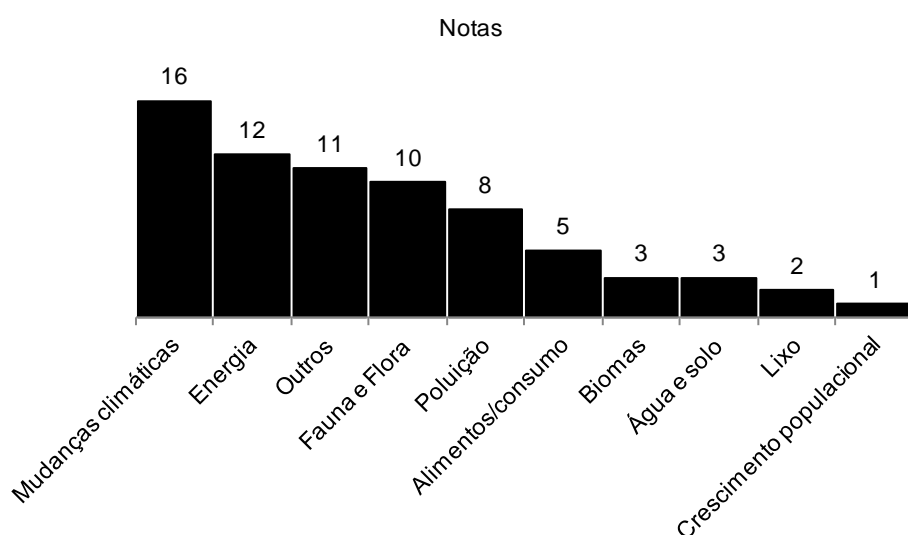


FIGURA 4- NÚMERO DE NOTAS JORNALÍSTICAS PUBLICADAS POR CATEGORIA NA SEÇÃO AMBIENTE DA REVISTA PLANETA NO PERÍODO DE JANEIRO A DEZEMBRO DE 2011  
FONTE: A autora (2012)

Dentre as temáticas abordadas, percebeu-se que o assunto de maior incidência foi “mudanças climáticas” com 16 matérias, seguida da categoria que aborda sobre “energia” (produção, conservação e utilização) que apresentou 12 produções. Também se pode visualizar na categoria destinada a “outros assuntos” que envolvem meio ambiente a publicação de 11 notas. Fauna e flora apareceram retratadas em 10 textos. Ainda houve oito notas que trouxeram a poluição como temática e cinco que abordaram sobre produção e consumo de alimentos. As categorias biomas e água e solo foram retratadas em três textos cada. O Lixo foi assunto de duas notas e o crescimento populacional esteve presente em uma nota.

No total de reportagens e notas publicadas em ‘Ambiente’, foi verificado maior incidência de produções sobre mudanças climáticas, com 19 matérias. A categoria energia (produção, utilização e conservação) foi a segunda temática mais

abordada na revista, com 14 matérias, seguida da categoria que traz reportagens sobre a biodiversidade (fauna e flora/natureza) que chegou ao número de 13 textos.

Com relação ao tratamento dado aos assuntos apresentados, percebeu-se que os jornalistas se propuseram mais em proporcionar aos leitores matérias que referem os impactos ambientais, visível em 22 textos, seguida de 21 produções que abordaram sobre estudos, testes e pesquisas realizadas. Ainda, foi possível observar que 15 matérias enfocaram para as tecnologias desenvolvidas e/ou produzidas e 15 textos deram outros tratamentos aos assuntos apresentados. Também, houve 13 matérias que trataram de apresentar ações de governos e instituições.

Quanto aos aspectos contextuais, o fato de predominar textos sobre mudanças climáticas (três reportagens e 16 notas jornalísticas) demonstra uma escolha intencional dos jornalistas em trabalhar esse assunto dentro da gama de temas possíveis que envolvem a temática ambiental. Além disso, a intencionalidade também é marcada pelas palavras que são utilizadas pelos jornalistas na composição dos textos, pensando-se no direcionamento a determinadas interpretações dos leitores. Essas relações entre o uso que é feito da linguagem e a situação em que ocorre é que fornecerão condições para que possa haver comunicação.

O fato das mudanças climáticas ser o assunto abordado mais vezes durante o período de investigação não ocorreu de maneira aleatória. Em vista a um cenário onde as emissões de gases estufas pelos países e padrões de consumo adotados pelos habitantes são mais intensos, os veículos de comunicação têm dado maior atenção às questões do meio ambiente. Também é possível conferir entre as 12 edições publicadas durante o período de investigação que algumas das reportagens da seção 'ambiente' foram retratadas como chamada principal (FIGURA 4) ou o texto/matéria mais importante que compõe a "vitrine de cada edição" (GARCIA, 1999, p. 57) da revista.



FIGURA 5 – ILUSTRAÇÃO DAS EDIÇÕES EM QUE O CONTEÚDO DO MEIO AMBIENTE, APRESENTADO NA SEÇÃO AMBIENTE DA REVISTA PLANETA, RECEBEU DESTAQUE COMO CHAMADA DE CAPA NO PERÍODO DE JANEIRO A DEZEMBRO DE 2011

FONTE: Dados da pesquisa (2011)

Tal postura da revista em trazer as matérias da seção como destaque principal da publicação em seis edições permite supor que o jornalista acredita que este é um tema que desperta o interesse do público e por isso merece espaço maior em relação aos demais assuntos abordados. Ao considerar esse aspecto, vale inferir, mesmo amplamente, que a temática ambiental está presente no imaginário do público que consome a 'Planeta' para buscar conhecimentos e atualizar-se de novidades, visto que não é apresentado somente na parte da publicação destinada ao meio ambiente, mas aparece como destaque nas edições.

Enquanto um bem de consumo, o fato de a temática ambiental ser referida como matéria principal em metade das edições publicadas no ano de 2011 realça não só a importância do assunto assim como o interesse da revista pelo tema. O



conteúdo da reportagem apresentada e o modo como são ditos<sup>39</sup> os enunciados, atuam como os principais responsáveis em permitir com que os leitores venham a adquirir – ou não – o produto.

Do ponto de vista jornalístico, as matérias que tratam sobre assuntos ambientais são compostas em geral pelo que Bueno (2007a) chama de lattelização, isto é, a prioridade por fontes acadêmicas, como professores, cientistas, estudiosos, entre outros. Mesmo a revista não sendo um veículo de comunicação de massa, ao divulgar conteúdos sobre o meio ambiente os repórteres devem construir seus discursos com finalidade de mobilização dos cidadãos para que este ajam com mais respeito a natureza e cobrem de setores empresariais e industriais o cumprimento das leis, conforme preza as funções básicas do jornalismo (BUENO, 2007b).

Retomando a questão da preferência por fontes da academia nos discursos jornalísticos, observa-se que em algumas matérias da revista Planeta falta o relato também do cidadão comum, que muitas vezes convive com alguma situação ou é o maior afetado por algum problema. A reportagem da edição 464 intitulada “*Itatiaia: a montanha esquecida*” é um exemplo que demonstra essa carência.

A matéria descreve sobre as belezas e atrações turísticas de um parque brasileiro, apontando para a falta de sua valorização e investimentos pelas autoridades. Acredita-se que se houvesse a opinião de quem frequenta o local, legitimaria o que busca apresentar a matéria (caso os depoimentos fossem positivos) do mesmo modo que soaria como um estímulo também aos leitores da revista a de repente visitarem o parque, com vistas ao alcance de maior visibilidade ao mesmo a devida atenção pelo governo.

Ao se perceber que a revista proporciona uma variedade de assuntos que envolvem o meio ambiente se pode considerar que cumpre a função informativa. A função pedagógica assim como a função política aparece atenuadamente. Na reportagem da edição 466, por exemplo, pode-se visualizar a intenção da revista em alguns momentos atentar para o “ensinar”. Na reportagem 466, como exposto acima, a divulgação a um maior número de pessoas visando mais frequentadores, pode vir a instigar a mobilização das mesmas para reforçar a cobrança de atenção

---

<sup>39</sup> Concorde-se com Grice (1982) nessa investigação, do “dito” como o significado que é expresso no enunciado.

pelo governo ao parque. O uso da linguagem que os jornalistas fazem para elaborar os conteúdos dessas reportagens, como de outras, serão analisadas adiante.

## 5.2 A COOPERAÇÃO NO JORNALISMO

Para interpretar os enunciados, o leitor deve fazer inferências a fim de que possa compreender os sentidos das mensagens. De certo ponto, isto está ligado ao nível de formalidade empregado nos eventos comunicativos, ou seja, quanto maior a aproximação entre falantes (pertencentes a uma mesma comunidade, por exemplo), maior margem é dada para que as informações e diálogos apresentem elementos implícitos. Sendo assim, para preencher as lacunas que o texto deixa, KOCH (2004) argumenta que o leitor recorre ao seu conhecimento de mundo e a conhecimentos comuns entre ele e jornalista, sendo que quanto maior a quantidade de conhecimento compartilhado menor a necessidade de verbalização.

Conforme visto nesse trabalho, as inferências podem aparecer nas interações, dentre outras formas, como implicaturas conversacionais. Em linhas gerais, as implicaturas desse tipo acontecem no evento comunicativo e resultam da infração às “máximas” de conversação, sustentadas por Grice, como possíveis de tornar eficiente o processo interacional entre falantes.

Com relação à linguagem jornalística, elas ocorrem quando o jornalista possui como propósito comunicar e interagir com seu leitor por intermédio de uma linguagem indireta, dando às mensagens outras significações. Uma interação assim requer que o interlocutor possua os conhecimentos necessários para interpretá-la de acordo com os objetivos de quem produziu.

Vale lembrar que a pragmática na visão de Mey (1993), sugere que os usos feitos da linguagem pelos usuários são determinados pela situação comunicacional em que são empregados. Considerando que este trabalho se situa no âmbito da produção dos discursos, é pertinente sublinhar que para interpretar os sentidos e possíveis intenções dos jornalistas nos conteúdos produzidos, a pesquisadora se apoia em **seu conhecimento de mundo, crenças e valores** que imagina que também sejam compartilhados por alguns indivíduos/comunidades.

### 5.2.1 As chamadas de capa

O título de uma notícia ou reportagem serve como um anúncio (GARCIA, 1999) que tem a função de despertar atenção do público ao conteúdo apresentado. Aliás, não é descabido afirmar que há leitores que, por diversos fatores como interesse, falta de tempo, entre outros, costumam ler apenas os títulos e subtítulos das matérias como forma de se atualizarem dos fatos relevantes que acontecem em sua cidade, país e no mundo. Para Oliveira, esses enunciados que abrem as notícias e reportagens “devem obedecer, sistematicamente, às máximas griceanas” (OLIVEIRA, 1999, p. 128).

As máximas ou subprincípios da qualidade, quantidade, relação e modo – e suas subdivisões – de modo com que propõe Grice, atuam no sentido de que as interações sigam para um desfecho bem sucedido. Mey (1993) ao considerar a cooperação como inclusa do que chama de Princípio de Comunicação, assevera que a cooperação não está “no que eu digo, mas o que eu **posso** dizer, dadas as circunstâncias, e do que **devo** dizer, dadas as expectativas do meu parceiro” (MEY, 1993, p. 57, grifos do autor).

Analisando as chamadas de capa de algumas das edições da revista Planeta se pode verificar que o jornalista opta por fazer uso da linguagem sob uma forma indireta para comunicar, o que viola a máxima de modo, pois a informação não é transmitida de maneira clara e direta aos interlocutores.

Enunciado (4): *Jeans, vilão da natureza?* (ed. 462, chamada de capa).

- a) Assunto da reportagem: Aborda sobre os danos que a produção e o uso do tecido jeans causam ao meio ambiente.

Uma das implicaturas que o enunciado permite, por exemplo, é a de que o uso do tecido Jeans tem gerado discussões polêmicas. Tal atribuição não é feita pela expressão linguística, mas pelo contexto. Infere-se que “vilão” é utilizado pelo falante/repórter para relacionar que o uso ou produção de uma peça de roupa, no caso a calça jeans (interpretação possível em primeiro momento pela ilustração da capa da revista) pode ser algo que causa danos à natureza, prejudicial ao meio ambiente. A palavra “vilão” geralmente é utilizada para designar personagens maus

em histórias em quadrinhos, novelas, filmes, entre outros, sendo no caso acima, inserido fora do seu uso habitual. Jornalisticamente, o enunciado insinua para uma visão crítica a respeito da produção e consumo do jeans.

Pelo fato de o jornalista não expressar o enunciado de uma forma direta (como por exemplo: a calça Jeans, ou simplesmente Jeans, pode ser prejudicial à natureza?) leva o leitor a procurar mais informações para que possa compreender o sentido do enunciado proposto e ainda o objetivo que poderia ter levado o jornalista a apresentar a informação de tal modo. Ao utilizar a forma implícita o repórter “viola” a máxima de modo que atribui que o falante deva agir de maneira clara, conforme prevê as máximas griceanas para o alcance de uma comunicação bem-sucedida. Por outro lado, observa-se que não há a “quebra” da máxima da qualidade pelo fato de que ao utilizar o sinal de interrogação o repórter não afirma o que não consegue ter certeza.

Enunciado (5): *O troco da natureza* (ed. 466, chamada de capa).

- a) Assunto da reportagem: Trata sobre os eventos climáticos que vem ocorrendo em diversas partes do mundo.

Uma implicatura possível neste enunciado pode ser a de que a natureza sofre agressões pela humanidade. Presume-se que para compreensão da mensagem da forma imaginada pelo falante, o interlocutor deva estar a par da situação ambiental atual do planeta. Precisa possuir o conhecimento de que os desastres ambientais têm intensificado e que a ocorrência de secas, enchentes, tornados, entre outros fenômenos mostra que a natureza não está “contente” com a situação.

Semelhante ao que ocorre no enunciado (4), o uso da linguagem de uma maneira indireta demonstra a postura da revista em interagir com seu interlocutor mediante a esse procedimento de comunicação, sucedendo a “transgressão” da máxima de modo. O jornalista ao optar pelo “rompimento” desse subprincípio supõe que o leitor entenderá o sentido da mensagem, pois acredita que o mesmo é fiel ao discurso da revista. Sendo assim, acompanha as matérias que saem sobre a situação ambiental planetária.

A postura pelo uso indireto também pode ter sido adotado pelo repórter no enunciado (5) com o intuito de “chamar” a atenção do interlocutor para a leitura do conteúdo apresentado. No caso, um não entendimento do sentido em princípio pode ser esclarecido com a leitura do texto. Sob esse aspecto, o uso da linguagem desse modo é entendido como uma estratégia encontrada pela revista para vender mais.

Um ponto a considerar no que diz respeito à relação do jornalista com seu texto é que no enunciado (4) o repórter utiliza de um sinal de pontuação como um recurso para não se comprometer com sentido a que se está atribuindo ao enunciado. Porém, na leitura do texto ou mesmo no próprio título da reportagem, o mesmo demonstra que a produção do produto retratado ameaça o meio ambiente<sup>40</sup>. Por outro lado, no enunciado (5) o jornalista se posiciona no texto ao fazer uma afirmação categórica de que o meio ambiente está sendo ameaçado.

Além das reportagens que receberam destaque na capa da publicação, em títulos de outras reportagens da seção é possível verificar a adoção da indiretividade como forma de interação com os leitores. Essa postura pode ser visualizada nos seguintes enunciados: *Iceberg* no copo (edição 468), Febre climática (edição 460) e A carne é fraca (edição 467), que necessitam que o leitor ative conhecimentos e/ou realize a leitura da matéria para poder interpretar o sentido do recebimento de tal título.

Embora, os repórteres tenham optado pela construção de chamadas de capa e títulos de reportagens fazendo uso da linguagem em que as significações apresentam-se em nível do que é comunicado, a ideia de cooperação sustentada por Grice se mantém, considerando-se que essa forma de interação torna-se uma característica do periódico, visto que é utilizada em várias edições.

Sendo assim, é válido inferir que os enunciados apresentados de uma maneira indireta são aceitos e esperados pelos leitores. Isto quer dizer que os conteúdos produzidos dessa maneira são um esforço comunicativo que os jornalistas fazem no caminho a uma direção mutualmente aceita (GRICE, 1982) pelo interlocutor. No caso, a aprovação da forma indireta de comunicar informações acerca do tema meio ambiente.

---

<sup>40</sup> Título da reportagem “Velha, azul, desbotada e poluente...” com o último adjetivo grifado em negrito. A chamada retratada na capa da edição (enunciado 4) serve mesmo como um chamamento atrativo para que o leitor compre a revista e realize a leitura da reportagem.

### 5.2.1.1 O modo indireto presente nos textos

O uso indireto da linguagem abre um leque de possíveis interpretações dos interlocutores. Caso o interlocutor da mensagem possua dos conhecimentos necessários para sua correta compreensão – em conformidade aos objetivos de quem produziu – mostra que os falantes compartilham de um mesmo universo sociocultural.

Para visualizar como o uso da linguagem de maneira indireta é utilizado nos relatos jornalísticos da revista Planeta, apresenta-se a seguir alguns trechos de reportagens.

Trecho (6): *Em 1975, havia três megacidades com mais de 10 milhões de habitantes; atualmente há 21, com população concentrada e exposta à “fabricação de necessidade” da publicidade* (ed. 465. Nº 1, p. 31).

- a) Assunto da reportagem: Aborda sobre a população habitante do planeta. Aponta como deve ficar a situação de vários países dentro de alguns anos fazendo um panorama dos recursos naturais existentes.

No trecho referido, pode-se observar que o jornalista utiliza da expressão entre aspas, o que já anuncia que tal atribuição está sendo apresentada sob outro sentido, além de evidenciar seu desejo em querer se afastar do que está transmitindo. Assim, a interpretação do enunciado necessita do contexto cultural do interlocutor, pois é preciso que o mesmo possua o conhecimento de que a publicidade atua sobre os desejos de consumo dos indivíduos em conseguir determinadas coisas, devido à pluralidade de escolhas que são oferecidas às pessoas todos os dias e que são apresentadas como indispensáveis para sua vida, reflexos do cenário retratado por Lipovetsky (2007) como “hipermodernidade”.

Em outro momento da reportagem também é possível visualizar tal postura.

Trecho (7): *Um menino pobre que deve nascer em outubro, em Uttar Pradesh na Índia, imprimirá um novo marco na história: será o sétimo bilionésimo habitante do Planeta, O expresso Terra está lotado, mas é preciso dar “mais um passinho à*

*frente” para acomodar 9 bilhões em 2030. Como vamos fazer isso?* (ed. 465, N.º1, p. 23).

Neste enunciado, percebe-se que para dar início ao relato o jornalista faz uma associação do planeta a um veículo de passageiros que conforme se locomove aumenta o número de integrantes. O uso das expressões “expresso”, “lotado”, “acomodar” e “mais um passinho à frente” permitem ao leitor-comum compreender a relação feita pela repórter. Entretanto, a última expressão confere outro sentido que não está nas palavras, mas em um nível contextual que em primeira instância o interlocutor não terá como compreendê-lo.

Trecho (8): *Itatiaia reserva atrações para os mais variados gostos. Nem mesmo o “custo Brasil” de negligência com as riquezas naturais é capaz de diminuí-las, nesse caso* (ed. 464, p. 26).

- a) Assunto da reportagem: São apresentadas as belezas e atrações do mais antigo parque brasileiro que não tem recebido merecida atenção e investimentos do governo.

No mesmo caminho que ocorre no enunciado (6), no trecho (8) o conhecimento cultural é necessário para a correta interpretação da mensagem. As aspas, como no enunciado anterior, ajudam a mostrar que as palavras se apresentam sob outro sentido. No caso, a expressão “custo Brasil” parte do conceito que o leitor saiba que se trata de um termo usado pela imprensa para descrever as dificuldades encontradas que encarecem e dificultam o investimento no Brasil. Um interlocutor que não disponha do conhecimento prévio a respeito, terá mais dificuldade de compreender o porquê do uso daquela expressão estar empregada no enunciado, o que o jornalista está querendo transmitir.

A edição 461 apresenta uma matéria que se inicia em um formato de história.

Trecho (9): *Ainda não tenho nome em linguagem científica. Sou gafanhoto-de-olhos-cor-de-rosa da família Caecidia, da Papua-Nova Guiné, Oceania. Moro na Canópia da floresta, ou seja, no alto da copa das árvores, e me alimento exclusivamente de flores. Em 2009, um grupo de biólogos do programa inventário rápido da*

*Conservation International capturou 42 dos meus parentes nas montanhas da Cordilheira Muller. Vinte eram desconhecidos da ciência. Ficaram impressionados comigo, e eu com eles. Minha espécie está aqui há milhares de anos, mas só agora fomos apresentados. Vocês são tipos intrigantes* (ed. 461, p. 25).

- a) Assunto da reportagem: Apresenta espécies raras de animais. A matéria é construída por fotos e pequenos textos acerca das espécies encontradas pelos biólogos.

O responsável pelo texto opta por iniciá-lo dando voz a um personagem que em uma situação real não tem como interagir verbalmente. O gafanhoto, no caso, primeiramente se apresenta ao leitor e em seguida narra o que aconteceu com espécies também incomuns encontradas por estudiosos. De certa maneira predomina o uso da linguagem de modo indireto. O título da matéria “Muito prazer!” não só refere ao início da fala do personagem, como em um contexto mais amplo é a forma encontrada de fazer um uso da linguagem de maneira criativa, chamando a atenção do leitor a diversidade de espécies que habitam, juntamente com humanos, o planeta.

Jornalisticamente, o trecho (9) diz respeito a “abertura” do texto que em revista geralmente é menos convencional ou puramente informativa (BOAS, 1996, p. 45), visando o despertar o interesse do público para a leitura da matéria. O trecho apresentado, conforme Boas (1996), inicia-se por uma abertura que realça a imaginação do leitor a medida que é dada voz a uma espécie animal para contar uma história.

O uso da forma indireta nos enunciados pode ser explicado pela competência comunicativa (HYLMES, 1972), que se alicerça no contexto para interpretação. Assim, ao interagir de maneira indireta com o interlocutor, o jornalista acredita estar inscrito numa mesma situação linguístico-cultural. A partir disso, quanto mais compartilhados forem os conhecimentos entre falante e ouvinte melhor sucedida será a comunicação (GODOI, 2008).

É pertinente sublinhar que no jornalismo cada produto apenas possui em mente uma ideia do seu interlocutor, mapeada pelos dispositivos de retorno disponibilizados (email, telefone, carta, etc) e demais informações que o jornalista consegue obter sobre seus leitores. Assim sendo, torna-se um tanto mais complexo



se verificar se de fato as mensagens realmente age sobre o interlocutor a ponto que o mesmo tome um posicionamento em relação ao conteúdo apresentado, permitindo o (re) pensamento de ações e comportamentos. A análise dos usos que são feitos da linguagem pelos usuários da língua permite supor algumas possíveis interpretações e efeitos que a leitura dos textos pode proporcionar aos interlocutores.

### 5.2.2 O rompimento aos subprincípios da cooperação

Como foi possível visualizar anteriormente, ao transmitir informações e conhecimentos de maneira indireta ao interlocutor, máximas e submáximas de conversação podem ser quebradas, originando implicaturas. Grice (1982) ao desenvolver sua teoria preocupou-se em entender o que é **dito** (seja por meio da oralidade ou escrita) e **comunicado** nos enunciados, sendo que as significações estão relacionadas às intenções comunicativas dos falantes. Em alguns fragmentos transcritos de textos jornalísticos foi verificado como podem aparecer as implicaturas.

Enunciado (10): *Os extremos estão ficando mais extremos* (edição 466, p. 28).

A repetição das palavras nesse enunciado pode torná-lo redundante em nível do que é dito, transportando a carga informacional para o que é implicado (não interpretável por meio da informação frasal). No contexto em que “extremo” está sendo empregado, pode estar referindo ao distanciamento entre dois objetos ou a intensidade com que certos fenômenos acontecem. Neste caso, em relação às máximas de Grice, o enunciado (10) está burlando a máxima da quantidade (relacionada ao número de informação fornecida) e também de modo, pois não está sendo claro.

O contexto pede que o leitor entenda o que são esses “extremos” que o repórter está se referindo para compreensão do sentido do enunciado. No enunciado apresentado, supõe-se que a intenção do jornalista é passar ao interlocutor a informação de que se esses eventos continuarem no planeta chegará ao seu mais alto nível, causando consequências a todos.

Além do mais, vale mencionar que o enunciado exposto dá início a uma nova ideia (novo parágrafo) em que se percebe que ao jornalista inserir a fala de outra pessoa – fazendo uso do discurso direto – pode ser forma do mesmo se afastar da responsabilidade ao que está sendo apresentado. Assim, distanciar-se da afirmação de que catástrofes ambientais sejam resultados do aquecimento do mundo, pois na legenda da matéria o próprio jornalista aponta que “**pode ser** um dos primeiros sintomas do aquecimento global” (p. 26).

Considerando-se que não há evidências científicas que comprovem a relação do aumento dos eventos climáticos no mundo com o aquecimento global, é aceitável que ao inserir a fala *ipsis literis* de outra(s) pessoa (s), a postura de distanciamento do falante para com sua produção não está ocorrendo no sentido de falta de comprometimento do jornalista com a questão do meio ambiente, mas como forma de este proteger tanto sua imagem como a da revista. Deste modo, a máxima conversacional de qualidade, relacionada em se dizer o que se pode provar é respeitada. Além do mais, a inserção do discurso direto no texto passa ao leitor uma impressão de maior “realidade” das informações. A mediação jornalística torna-se então mais amena fornecendo maior proximidade entre fonte e leitor.

Para Mey (1993, p. 77) há um “um maior valor moral ligado à máxima da qualidade”, pois está ligada a intenção do falante em atuar de maneira sincera, enquanto a violação dos outros subprincípios é menor, sendo entendido como atos imprudentes cometidos pelos leitores.

O rompimento ou simples abandono da máxima da qualidade ocorre quando o usuário da língua opta por fazer uso de expressões metafóricas e irônicas. No discurso jornalístico da revista foi possível visualizar essa atitude.

Enunciado (11): *A velha calça desbotada não é amiga da natureza* (edição 462, p. 34).

A palavra “velha”, como está sendo apresentado no enunciado acima, não diz respeito ao estado físico em que a calça jeans se encontra, mas remete ao fato de ser uma peça de roupa popular, símbolo de juventude e que é produzida há 138 anos nas sociedades do mundo todo. Sendo assim, conforme aponta Dascal (2005) o que está sendo dito no enunciado é diferente do que as palavras dizem.

O jornalista ao produzir a informação desse modo presume que seu leitor entenderá o sentido atribuído, não só pela leitura total da matéria que convergirá para essa interpretação como pela crença que o jornalista acredita que o que o leitor possua, com relação a conhecimentos sobre a historicidade de um tecido que nunca “sai de moda”. A expressão “amiga da natureza” segue a mesma linha do “vilão da natureza” (enunciado 4), ou seja, são termos adotados pelo jornalista nessa reportagem para abordar sobre o que a produção e consumo do tecido jeans pode causar para o meio ambiente.

Enunciado (12): *A espécie humana talvez seja uma praga sobre a Terra* (ed. 465. Nº 1, p. 28).

Enunciado (13): *Itatiaia é um tesouro que merece não uma, mas várias visitas* (ed. 464, p. 22).

Enunciado (14): *Para os especialistas o clima do planeta está com febre alta* (ed. 460, p. 22).

- a) Assunto da reportagem: Trata sobre os avanços e impasses da Conferência do Clima- COP-16, realizada no México. O evento reúne representantes de diversos países e tem como propósito a negociação com relação à emissão de gases que provocam o efeito estufa.

Similarmente, observa-se nos enunciados (12), (13) e (14) que as palavras “praga”, “tesouro” e “febre” aparecem como rompendo a máxima de qualidade. O jornalista não tem como provar tal atribuição e acredita que os leitores compreenderão que o uso dessa palavra está sendo empregado em outro contexto.

A respeito da máxima de relação (seja relevante), compreende-se que no discurso jornalístico é mais difícil de presumir quando o jornalista não está atuando de modo relevante, pois esta máxima está ligada a própria função jornalística: a de fornecer informação. Portanto, os conteúdos apresentados pela mídia devem apresentar algum dado novo ao leitor.

A escrita, especialmente, possibilita com que os discursos sejam “pensados” com mais tempo e assim, produzidos com mais cuidado do que na oralidade. Ao

transmitir os fatos os jornalistas se pautam no que possa ser de interesse e importante da sociedade tomar conhecimento, pois do contrário, “uma informação irrelevante ocupa espaço imerecido e confunde o leitor” (GARCIA, 1999, p. 21), a ponto que o mesmo possa se sentir incomodado com explicações óbvias ou ingênuas e diminuir a confiança depositada em tal produto jornalístico para se informar.

A máxima de modo (seja claro) se relaciona em *como* o que é dito deve expresso nos enunciados. Considerando o texto jornalístico, algumas vezes os jornalistas não conseguem atuar de maneira concisa, demonstrando a prolixidade e excesso de detalhes desnecessários. Nas reportagens, que permite uma maior liberdade de escrita ao jornalista, escrever demasiadamente pode “afastar” os leitores.

Trecho (15): *Se o gênio da lâmpada do Aladim aparecesse para o economista carioca Sergio Besserman Viana, presidente da Câmara Técnica de Desenvolvimento Sustentável da Prefeitura do Rio de Janeiro, e concedesse a realização de um desejo em prol da sustentabilidade do planeta - um apenas-, o pedido seria o seguinte: “acesso à informação e ao conhecimento sobre planejamento familiar para mulheres. Não há nada mais capaz de mudar o mundo do que a consciência das mulheres sobre o número de filhos que desejam criar”* (ed. 465. Nº 1, p. 24).

O conteúdo publicado no trecho (15) se apresenta um tanto prolixo. Isso se pode observar não só pelo fato de o primeiro parágrafo já se iniciar se apresentando desse modo, como também pela matéria se estender por 10 páginas, bem maior que as outras da seção ‘ambiente’ e mais extensa que qualquer matéria publicada na revista. Aliás, o jornalista utiliza de elementos da fantasia – história infantil – para construir seu enunciado.

Embora o gênero da reportagem permita com que se possa usufruir de elementos literários na composição para que torne uma leitura prazerosa ao leitor (diferente da mídia factual, como os jornais), compreende-se que para a matéria em questão, ao iniciar o texto de tal maneira é bem possível que o leitor comum (sem interesse específico pelo conteúdo daquela matéria) deixe de realizar a leitura por completo. Além disso, o título da reportagem “*Sete bilhões: expresso Terra lotado*”

demonstra o rompimento da máxima de modo, uma vez que o enunciado não se apresenta de maneira clara.

Como estuda a pragmática o uso que os falantes fazem da linguagem em suas interações varia conforme os seus atos ilocucionais, ou seja, as suas intenções e vontades. No relato jornalístico, como visto, não é diferente. Em relação ao uso da linguagem na revista *Planeta* observa-se que os discursos são construídos na maior parte do tempo sob o uso de uma linguagem indireta para levar conhecimentos e informações sobre o meio ambiente, porém, em alguns momentos também se nota a utilização da linguagem direta.

Os enunciados: Supermercados paulistas dizem não às sacolas plásticas (ed. 465. Nº 2), *Terra de Leite, mel e petróleo* (ed. 469. Nº 1), *Minério submarino* (ed. 469. Nº 2), *Bem-vindo ao Antropoceno* (ed. 470, Nº 1) e *Degelo silencioso* (ed. 470, Nº 2) demonstram o uso da indiretividade. Cumprem as máximas griceanas de cooperação, sendo verdadeiros, breves e apresentando a informação de maneira clara e objetiva. Da mesma forma ocorre nos conteúdos dessas reportagens. É pertinente mencionar que dentre os 15 títulos das reportagens publicadas na seção 'Ambiente', cinco deram preferência pelo uso da linguagem desse modo.

Em outros casos também pode aparecer de uma mesma matéria fazer uso dos dois tipos de formas de interação.

Enunciado (16): *A lição do Japão* (ed. 463, p. 22-25).

- a) Assunto da reportagem: Terremoto ocorrido no Japão. A matéria utiliza do acontecimento para abordar sobre os perigos da energia nuclear fazendo um paralelo com as energias renováveis que países como o Brasil dispõem.

Ao observar o título da matéria, sem suas complementações (imagens, legendas, entre outros) que fornecem informações que facilitam a compreensão do sentido do texto, percebe-se a posição do repórter em apresentá-lo sob o uso da linguagem indireta. Para entendimento do que possa ter levado o jornalista a utilizar a palavra "lição" é necessário que o leitor realize a leitura por completo do texto. Conhecimentos prévios dos indivíduos em relação à situação de países como Japão e o uso da energia nuclear, podem facilitar a interpretação do enunciado. Aliás, pelo jornalismo de revista trazer análise, permitir reflexões (SCALZO, 2003), parte-se da

ideia de que os indivíduos acompanham as notícias e assim estão a par dos fatos relevantes.

Além do mais, o enunciado (16) passa a ideia de correção, punição, servindo como um alerta ao uso da energia nuclear como forma de enfrentamento do aquecimento do mundo. O jornalista poderia ter elaborado o enunciado de modo com que pudesse transmitir a informação com mais clareza ao interlocutor. Porém, títulos mais imaginativos em reportagens, sobretudo quando veiculadas em publicações mensais permitem instigar mais facilmente a curiosidade do leitor ao conteúdo apresentado, além de ser uma forma de atrair indivíduos que já possuem algum conhecimento a respeito a lerem a matéria. Por outro lado, observa-se que o decorrer do texto é marcado pela linguagem direta, tanto a narração do jornalista como os relatos das fontes entrevistadas aparecem sob de uma forma objetiva e clara.

### 5.3 OS USOS LINGUÍSTICOS NAS LEGENDAS DAS REPORTAGENS

Como se sabe no jornalismo a fotografia exerce uma função essencial, pois além de apresentar valor informativo, permite com que as matérias se tornem mais atrativas. Principalmente na mídia de revista que explora diversos recursos (como uso em grande quantidade de fotografias, infográficos, entre outros), é no título e fotografias e ilustrações que o leitor irá voltar seus olhos num primeiro instante, decidindo por ler ou não o conteúdo apresentado. A legenda ou o texto-legenda<sup>41</sup> que na maioria das vezes acompanha a fotografia se trata de um pequeno texto que faz uma complementação a imagem, “acrescentando informações que permitem ao leitor entender ou avaliar o que está vendo” (GARCIA, 1999, p. 48).

Conforme Lage (2011b, p. 17) legendas, assim como os títulos das notícias e reportagens, “cumprem a função de reduzir a ambiguidade conceitual”, pois uma imagem pode ser interpretada de diversas formas pelo interlocutor. A legenda produz significação e fornece indícios a respeito do conteúdo abordado. Quando não

---

<sup>41</sup> Mais amplo, pois descreve ou comenta a ilustração com mais detalhes. De acordo com o Manual de redação e estilo o globo, o texto-legenda é uma legenda seguida de informações que permitem ter existência independente como notícia (GARCIA, 1999, p. 50).

acompanha a imagem, a interpretação fica condicionada a leitura da matéria que fornecerá sinalizações para compreensão do sentido proposto.

A maneira como este tipo de enunciação jornalística é construída no entendimento desse trabalho também demonstra o uso que é feito da linguagem pelos falantes. Os enunciados podem ser elaborados respeitando as máximas conversacionais de cooperação ou infringindo-as. A partir disso, foram selecionadas algumas reportagens para ilustrar como podem aparecer o cumprimento ou violação das máximas griceanas nos enunciados caracterizados jornalisticamente como legendas.

Na reportagem Itatiaia: a montanha esquecida (ed. 464, p. 20-26), quatro fotografias (ANEXO 1) apresentadas se pautam em descrever características e atrações do parque ao qual a matéria refere e que, segundo a mesma, tem sido negligenciada pelo governo.

Os enunciados - legendas - das fotografias são:

- (I) Paisagem lunar a 2.700 metros de altitude.
- (II) Turistas deliciam-se no Lago Azul, piscina natural formada pelo Rio Belo.
- (III) Escalada na parte alta do parque, rumo ao pico das Agulhas Negras (2.787 metros de altitude).
- (IV) Cachoeira Véu da Noiva, no Rio Maromba, uma das principais atrações de Itatiaia.

O uso que é feito da linguagem demonstra o interesse do responsável pela matéria em ilustrar o que está sendo dito, fornecendo ao leitor informações de que as atrações do local são realmente belas e que atraem turistas. Os enunciados são diretos, breves, possibilitando fácil compreensão pelo leitor, respeitando assim as máximas de qualidade, quantidade, relação e modo.

A postura em cumprir as máximas de cooperação também pode ser visualizada nas legendas da reportagem: Bem-vindo ao Antropoceno (ed. 470. Nº 1, p. 26-31) que traz duas imagens (ANEXO 2) que são apresentadas juntamente com infográficos que compõem a matéria. As legendas são diretas e claras e fornecem informações que complementam o texto. Uma imagem apresenta a agricultura que aparece contextualizada com uma das responsáveis pelo aumento dos impactos

ambientais no planeta. A outra, mostra a vista aérea da localização de uma mineradora que também apresentam impactos ao meio ambiente.

- (I) O surgimento da agricultura foi responsável por desmatamentos e maior emissão de CO<sub>2</sub>.
- (II) As atividades de mineração alteram fortemente os solos em que estão localizadas.

Por outro lado, há momentos que o modo como são apresentados os conteúdos das legendas rompem com as máximas de cooperação. Em Ecologia acústica (ed. 471, p. 42-45) foi verificado três fotografias (ANEXO 3) que trazem essa postura.

- (I) Gordon Hempton: 7 mil gravações de “músicas” da natureza.
- (II) Folhas são painéis captadores de energia que animam a sonoridade do planeta como uma jukebox<sup>42</sup>.
- (III) A paisagem sonora é composta por todos os sons que permeiam o espaço, emitido por todos os seres.

Observa-se que dois dos três enunciados infringem as máximas, sendo que a interpretação fica muito mais no que é implicado. A imagem que acompanha o primeiro enunciado apresenta um homem segurando um aparelho que grava sons da natureza. Com a leitura do texto se pode entender que as “músicas” conforme aparece no enunciado diz respeito aos sons emitidos pela natureza. Só com a visualização da imagem apresentada e leitura das legendas, em primeiro momento, não se tem como chegar a essa interpretação, pois a informação é proposta de maneira implícita. O mesmo acontece no segundo enunciado em que o falante compara as folhas das árvores como dispositivos que possibilitam com que os sons da natureza se propaguem.

Na reportagem: 7 bilhões: Expresso Terra Lotado (ed. 465, Nº1, p. 22-31), 14 fotografias são apresentadas juntamente com infográfico e quadro, pois se trata de uma reportagem de dez páginas. Dentre as imagens, quatro delas são do tipo

---

<sup>42</sup> Aparelho eletrônico utilizado em bares e restaurantes para tocar músicas escolhidas pelos clientes.



“boneco”<sup>43</sup> e algumas não possuem legendas. A partir disso, foram selecionadas então quatro imagens que acompanharam legendas (ANEXO 4).

- (I) Ondas de garrafas de refrigerantes em um mar de pet na cidade de Xian, em Shaanxi, na China.
- (II) Lagos, na Nigéria, está a caminho de ser uma das maiores cidade do mundo em 2030, apesar da falta de infraestrutura urbana.
- (III) O Japão tem a mais antiga monarquia ininterrupta do mundo, iniciada no século 6 a.c. Só em 1945 o imperador deixou de ser considerado divino. O casal real, o imperador Akihito e a imperatriz Michiko (no centro), tem dois filhos. O mais velho, o príncipe Naruhito (à esquerda do imperador), será o próximo rei. Num país com muito mais idosos do que jovens, a família real dá o exemplo, com dois filhos e quatro netos.
- (IV) A população brasileira está envelhecendo rapidamente, sem dispor de sistemas de previdência social e de saúde eficientes. A maioria dos idosos não pode pagar plano de previdência privados.

O primeiro enunciado mostra um tom indireto do falante ao utilizar a expressão “ondas” e “mar” para referir ao grande número de garrafas espalhadas em um mesmo espaço. Ao fazer uso da linguagem desse modo o falante quebra a máxima de modo. Já o segundo, apresenta uma imagem que retrata uma fileira de veículos cercados por uma porção de pessoas que transitam na rua. O enunciado é transmitido de maneira clara e direta de modo que o falante fornece dados ao ouvinte do local do acontecimento e junto com a imagem ilustram a condição do país. A palavra “apesar” torna mais nítida a situação de países como a Nigéria que detém de altos níveis de pobreza e aumento de população.

As legendas três e quatro são compostas por conjuntos de enunciados que em virtude de sua grande extensão quebram a máxima de quantidade. Visto que algumas informações são dispensáveis no momento, podem ser inferidas no decorrer do texto. No caso, a imagem retratada na legenda três mostra um grupo de

---

<sup>43</sup> São fotos em close cuja legenda geralmente é o nome e/ou cargo e função da pessoa (GARCIA, 1999).

peessoas sentadas que o texto faz questão de indicar quem sejam e a quarta imagem apresentada é a de uma mulher idosa à porta de um órgão público.

Como visto as legendas podem se apresentar respeitando ou rompendo os princípios cooperativos tidos como capazes de tornar a comunicação entre falantes eficiente. Portanto, possuem importância no processo de interação do jornalista com o leitor, pois a maneira como os enunciados são elaborados denunciam a postura de quem escreve e consequentemente, o interesse de tal produto jornalístico a determinado tema.

#### 5.4 AS ESTRATÉGIAS DA POLIDEZ ENCONTRADAS NOS RELATOS JORNALÍSTICOS

Conforme Brown e Levinson (1987) esboçaram em sua teoria, a polidez surge com o propósito de amenizar conflitos existentes nas interações sociais. Levando-se em consideração as ameaças que ocorrem à imagem pública do falante e ouvinte, os autores elaboraram uma série de estratégias que tem função de minimizá-las.

Como visto no capítulo dois que aborda sobre a pragmática e o jornalismo, o comportamento dos falantes em se solidarizar ou se distanciar delimitam os tipos de estratégias da polidez a serem empregadas nos enunciados. Esse comportamento alicerça-se na “vontade” dos usuários da língua em agirem cooperativamente (protegendo sua própria face e a do seu interlocutor). O modelo de Brown e Levinson (1987) tem várias estratégias: estratégias *bald on Record*, estratégias *Off Record*, estratégias para a polidez positiva e estratégias para a polidez negativa.

As estratégias da polidez são identificáveis facilmente em situações de interação por meio da utilização da fala coloquial. No jornalismo, esse processo interacional pode ocorrer partindo do fato de que o jornalismo “dialoga” com seu interlocutor, ao transmitir assuntos que aponta ser de seu interesse ou importante tomar conhecimento. Os jornalistas podem produzir seus enunciados voltando-se a estabelecer uma proximidade com o interlocutor/leitor de suas mensagens ou distanciando-se deste e do que se diz.

Conforme visto no capítulo três, há as funções informativa, pedagógica e política (BUENO, 2007) que o jornalismo que trabalha com meio ambiente deve desempenhar para que as matérias alcancem a função social a que se destinam.

Entende-se que as tais funções se relacionam com as estratégias da polidez de Brown e Levinson (2007) no sentido de que o jornalista levará em consideração (ou assim deve ser) as funções básicas do jornalismo ambiental ao produzir uma matéria. A partir do rumo que o jornalista deseja dar para sua produção ou o efeito que almeja alcançar é que definirá as estratégias a serem utilizadas nos enunciados.

#### 5.4.1 Estratégias de usos indiretos

Como foi percebido que a revista prefere fazer uso de uma linguagem indireta para levar informações e interagir com os leitores, opta-se neste trabalho apresentar primeiramente as estratégias *Off Record* ou de usos indiretos. Esse tipo de estratégia que ocorre na comunicação é um convite à produção de inferências, pois a maneira como os enunciados são produzidos “transgridem” as máximas de conversação teorizadas por Grice e entendidas na visão do autor, como norteadoras para que as comunicações ocorram eficientemente. Sendo assim, as estratégias indiretas da polidez estão ligadas às máximas conversacionais.

Brown e Levinson (1982) classificaram subcategorias para essa estratégia que por romperem as máximas de conversação, realizam atos de ameaça à face de maneira indireta e implicitamente. Assim, a máxima da qualidade sugere subestratégias como: Fazer contradições; ser irônico; usar metáforas e fazer perguntas retóricas. Para a máxima da quantidade atribui: minimização; o exagero e o uso de tautologias. A máxima da relação (relevância) propõe que o falante: dê dicas; pistas para associações e pressuponha. E para a máxima de modo às estratégias são: ser ambíguo; vago; generalizar excessivamente; deslocar o ouvinte; ser incompleto e utilizar elipses. Na revista Planeta, observa-se a presença de estratégias de usos indiretos, conforme se pode visualizar nas descrições a seguir:

Trecho (17): As **imensas** dificuldades previstas e o custo mínimo de U\$ 100 milhões assustaram até os megamilionários sauditas e o projeto não foi adiante (ed. 468. Nº 1, p. 42)

- a) Assunto: Apresenta um projeto que prevê captar a água pura dos icebergs que se desprendem da Groelândia e Antártida para abastecer países que sofrem com escassez de água.

Trecho (18): **Milhares** de pessoas vêm abandonando o hábito de comer carne em busca de um estilo de vida alternativo inspirado pela rejeição étnica ao consumo de alimentos de origem animal (ed. 467, p. 25).

- a) Assunto da reportagem: A matéria aborda sobre o vegetarianismo e veganismo.

Nos enunciados apresentados, há a presença da subestratégia “exagere” que desrespeita a máxima da quantidade (relacionada ao número de informação fornecida). Ao jornalista fazer uso de tais expressões, permite uma série de possibilidades de interpretação para o ouvinte ao não expressar o número exato das coisas. Além disso, o exagero nos enunciados é uma característica do mau texto (GARCIA, 1999). Por outro lado, entende-se que o jornalista atua de modo cooperativo para com o ouvinte (leitor) ao não violar a máxima da qualidade (não dizer o que não pode confirmar).

Entretanto, se o objetivo fosse utilizar uma estratégia mais direta para comunicar, o ideal (se o jornalista não tem como precisar a quantidade certa) é produzir seu texto de outra maneira. Só para ilustrar, o enunciado (18) poderia ser construído da seguinte forma, por exemplo: Cada vez mais pessoas vêm abandonando o hábito de comer carne em busca de um estilo de vida alternativo inspirado pela rejeição ética ao consumo de alimentos de origem animal.

Enunciado (19): *Iceberg no copo* (ed. 468. Nº 1, p. 40).

Enunciado (20): *A carne é fraca* (ed. 467, p. 25).

Nos títulos das reportagens acima, o jornalista faz uso da linguagem de modo indireto, além de utilizar de expressões metafóricas como a subestratégia empregada. No enunciado (19), particularmente, tem-se em vista que, de modo normal, não se tem evidências de que um iceberg possa ser inserido dentro de um

copo. Sob esse aspecto, o enunciado soa como falso. Para compreender o porque do título desse enunciado é necessário que o leitor realize a leitura na íntegra da matéria, caso seja de seu interesse. A não permissão da interpretação correta do sentido da reportagem em um primeiro instante e a utilização da estratégia em que utiliza metáfora, “quebra” a máxima griceana da qualidade.

Já no enunciado (20), o jornalista opta por utilizar um dito popular que refere a dificuldade do homem em resistir a certas tentações, como estratégia para abordar sobre o crescimento do número de adeptos da ética vegetariana, ou seja, pessoas que não consomem e nem utilizam produtos originados de animais. O leitor inserido em um mesmo grupo em que a expressão utilizada é conhecida, normalmente, compreenderá que o texto aborda algo relacionado a dificuldade do ser humano em viver sem o consumo/uso de produtos de derivado animal. De certa maneira, não foge a realidade, pois a população que consome alimentos e produtos de origem animal é grande, porém este não é o foco da reportagem.

Aparentemente, pode-se compreender o título da reportagem também como falso por não se ter como atribuir à caracterização de “fraca” a um produto perecível, como a carne. Assim, do mesmo modo que o enunciado (21) o uso de estratégias indiretas rompe a máxima de qualidade, que prevê que o falante deva dizer o que seja verdade.

Outro aspecto considerável com relação à quebra dessa máxima ocorre em momentos em que os repórteres optam por apresentar no decorrer de seus relatos, perguntas retóricas para expor suas opiniões. Aliás, quando se trata de matérias que envolvem o meio ambiente é pertinente que o jornalista intervenha, já que se trata de “um intelectual que elabora e produz seu próprio discurso, que contextualiza as falas das fontes, que as contrapõe, que tem a sua própria opinião” (BUENO, 2007a, p. 48).

Enunciado (21): *Se os animais têm interesses e direitos, por que os vegetais não deveriam ter?* (ed. 467, p. 30).

Enunciado (22): *Mas diante dos riscos nucleares e da abundância de alternativas, cabe perguntar: será que precisamos?* (ed. 463, p. 25).

Enunciado (23): *Como produzir energia para 9 bilhões, energia renovável, sem queimar combustíveis fósseis e gerar efeitos estufa?* (ed. 465. Nº 1, p. 28).

O uso de perguntas retóricas é um tipo de estratégia indireta utilizada pelo repórter quando há, principalmente, o desejo de criticar alguma situação tratada em uma matéria, sem colocar em risco a sua imagem – e da publicação – e de certa forma, não realizar um ato ameaçador à imagem do interlocutor. Particularmente, no enunciado (21) se vê a intenção do jornalista em não conflitar com os interlocutores que defendem o consumo e uso de produtos derivados de animais, levando-se em conta que a matéria toda é direcionada a abordar sobre o crescimento dos adeptos ao vegetarianismo e veganismo. Ao encerrar a reportagem com o lançamento da pergunta, além de permitir a reflexão a respeito dessa prática, o repórter se solidariza com interesses de dois tipos de públicos.

Essas perguntas formuladas pelos jornalistas nas reportagens não vêm acompanhadas de respostas, pois como se mencionou anteriormente, elas possuem a função de proporcionar a reflexão dos leitores sob o que está sendo abordado na matéria. Ao emitir a sua opinião, indiretamente, o jornalista a faz supondo que esteja se aproximando do interlocutor, o que o mesmo deseja. Dependendo da maneira como a pergunta é elaborada dentro do texto, permite com que o leitor se posicione de modo a concordar com que indaga o repórter. Nesse sentido, observa-se que mesmo ao utilizar estratégias indiretas o repórter pode estar querendo praticar a polidez positiva.

Por outro lado, a teoria de Brown e Levinson (1987, p. 223) infere que ao fazer perguntas retóricas o falante quebra uma condição de sinceridade, pois essas devem ser feitas quando se deseja obter uma resposta do ouvinte. Ao observar o jornalismo e sua função se compreende neste trabalho que uma incursão desse tipo não rompe com a sinceridade, pois a “resposta” do interlocutor ocorre, mas vêm posteriormente a partir dos efeitos que a matéria ocasionará.

Enunciado (24): *A exploração comercial dos minérios no fundo do oceano teria de ser feita de forma mais restritiva, pois no mar os danos não são visíveis* (ed. 469. Nº 2, p. 45).

a) Assunto da reportagem: Os recursos minerais que o Brasil possui no oceano.

A estratégia indireta utilizada nesse enunciado é a de pressupor, que de acordo com as máximas griceanas (QUADRO 1) é uma das transgressões a máxima de relevância ou relação. No caso, os verbos empregados pelo repórter evidenciam a uma condição possível de realização da atividade mencionada. Segundo apontam Brown e Levinson (1987, p. 217) “um enunciado pode ser relevante quase que totalmente no contexto e ainda violar a máxima da relevância apenas no nível de suas pressuposições”<sup>44</sup>. Isto significa que o fragmento mencionado pelo jornalista pode possuir alguma relevância para o contexto da reportagem, ou seja, a atividade de mineração no fundo do mar, porém sob o aspecto do que enunciado permite inferir, a maneira como o jornalista o profere não soa como pertinente e sendo assim, pode ser suprimido do texto.

#### 5.4.2 Estratégia *Bald on Record*

A estratégia *bald on Record*, que não possui subdivisões, em geral é usada quando um falante deseja fazer um ato de ameaça à face com máxima eficiência, respeitando às máximas griceanas da cooperação. As expressões são produzidas geralmente no imperativo, correspondendo a ordens, desejos, convites, entre outras pretensões do falante.

Em se tratando do discurso jornalístico, a forma imperativa não se visualiza claramente como em situações de oralidade, mas, entende-se que ao jornalismo fazer menção a fala de alguma fonte entrevistada, por meio do discurso direto, ele pode estar utilizando da estratégia *bald on Record*. Jornalisticamente, trata-se de expressões que dizem respeito à 3ª pessoa do plural, como: diz (ele), confirma (ele), aponta (ele). Porém, o contexto em que envolve o enunciado é empregado é que vai dizer se condiz com esse tipo de estratégia.

Enunciado (25): *Estamos garantindo recursos estratégicos no futuro, afirma Kaiser Gonçalves de Souza* (ed. 469. Nº 2, p. 45).

---

<sup>44</sup> No original “An utterance can be almost wholly relevant in context, and yet violate the Relevance Maxim just at the level of its presuppositions” [tradução minha].

A matéria ao qual faz parte esse enunciado, diz respeito a uma solicitação que o Brasil fará a ONU (Organização das Nações Unidas) para poder realizar expedições em águas internacionais com o objetivo de identificar o potencial mineral de regiões de importância econômica e político-estratégica. O enunciado retrata uma promessa do falante da mensagem para com o interlocutor dela, no caso, entendido como os leitores da matéria.

Ao inserir no texto o que a fonte entrevistada diz a respeito do assunto, o repórter diminui sua responsabilidade com o conteúdo, o que pode ser visto como um fato positivo pelo interlocutor em razão de o jornalista não parecer estar “manipulando” o conteúdo mencionado por alguma fonte. Essa pode ser entendida como uma vantagem que a utilização da estratégia *bald on record* pode dar. Ao proporcionar uma comunicação mais direta, digamos assim, entre fonte e leitor, entende-se que o repórter está sendo cooperativo.

Assim, a maneira como os enunciados são elaborados é compreendido nesse trabalho não como um motivo de preocupação quando os jornalistas fazem uso dessa estratégia, pois suas atenções estão voltadas para o que está sendo apresentado. A inserção da citação direta da fonte, nesse sentido, pode ser vista também como uma forma de o jornalista transmitir maior credibilidade ao interlocutor quanto ao conteúdo apresentado, diminuindo possíveis interferências.

#### 5.4.3 A polidez positiva

Conforme preza o modelo de Brown e Levinson (1987) as estratégias para a polidez positiva realçam os desejos comuns existentes entre os usuários por meio do compartilhamento de crenças e conhecimentos de mundo. O discurso jornalístico não chega a mostrar uma baixa formalidade por conta desse compartilhamento nos usos das expressões linguísticas como acontece na vida cotidiana, mas é possível visualizar as estratégias desse tipo.

Trecho (26): *Não tenha medo do fim do mundo, ele não acabará. Grandes acontecimentos estão por vir se mantivermos nosso amor pelo planeta* (ed. 471, p. 45).



- a) Assunto da reportagem: Aborda sobre os sons que a natureza emite e que nas grandes cidades muitas vezes não se é possível escutar.

A contextualização situacional em que o trecho acima está inserido é de que com o desenvolvimento das cidades, os sons urbanos causados pelo trânsito, só pra citar um exemplo, tomaram os espaços. Os sons emitidos pela natureza, no caso, acabam não sendo percebidos pelas pessoas. Para reverter essa situação e preservar a natureza e a paisagem sonora a reportagem apresenta o trabalho de um ecologista acústico. Em dado momento da reportagem o jornalista infere que o destino das paisagens sonoras está em poder dos moradores, apresentando na sequência o enunciado (26). Com base nisso, percebe-se que ele tenta aproximar-se das emoções, anseios e aflições que fazem parte do universo em que está inserido o interlocutor da mensagem.

O compartilhamento dos desejos mútuos é percebido não só pelo uso linguístico, mas também no contexto da afirmação. O jornalista faz uso da subestratégia +K (seja otimista) como forma de incluir-se, aproximar-se com quem interage. Além disso, a subestratégia +L (inclua o falante e o ouvinte na atividade) pode se percebida pela expressão “mantivermos nosso”, em que o falante se inclui na atividade do mesmo modo que inclui o ouvinte. Considerando-se as subestratégias utilizadas, pode-se compreender que o repórter está atuando de maneira cooperativa para com o ouvinte, aliás, respeitando as máximas de conversação. No caso desse enunciado, a proposição é que ambos ajam em prol do meio ambiente.

De modo semelhante ocorre no enunciado a seguir:

Trecho (27): *Com certeza há um par de jeans no seu armário* (ed. 462, p. 32).

Neste enunciado, o jornalista pressupõe que o leitor possua uma peça de roupa do tipo jeans em virtude de ser um artefato popular. A estratégia remete à polidez positiva, pois insinua a aproximação entre falante e ouvinte visualizada por meio da subestratégia +G (pressuponha e declare pontos em comum), utilizada quando se quer indicar que o falante sabe sobre os hábitos do ouvinte (BROWN e LEVINSON, 1987). No caso, em razão da popularidade desse tipo de roupa, permite

ao jornalista insinuar ao produzir o enunciado que as pessoas responderão positivamente à afirmação.

Observa-se também em alguns momentos o teor pedagógico nas matérias publicadas pela revista. O discurso de “ensinar” relaciona-se com a função pedagógica – explicitação das causas e soluções para os problemas ambientais e à indicação de caminhos para sua superação – retratada por Bueno (2007) como um dos princípios básicos que o jornalismo deve desempenhar ao tratar de matérias que abordam a temática ambiental.

Abaixo, apresenta-se um trecho de uma reportagem em que foi possível visualizar nitidamente a presença da função pedagógica.

Trecho (28): *Eventos extremos são aquelas ocorrências que ficam 10% acima ou abaixo de uma variável particular. Por exemplo, um volume de chuvas pode ser inferior a 10% da média, o que configura seca severa, ou 90% acima da média, o que vai resultar numa enchente histórica* (ed. 466, p. 28).

A postura do jornalista em procurar explicar o que é tal fenômeno, ao invés de só informar o acontecido e trazer fontes que falem sobre o assunto, torna possível de associar a estratégia +M (dê ou peça razões ou explicações) da polidez positiva. Conforme a teoria de Brown e Levinson (1987, p. 128) as palavras utilizadas para justificar ou explicar, por exemplo, é uma maneira de implicar “Eu posso ajudar você” ou “Você pode me ajudar”. Esse comportamento assume a solidariedade entre falantes.

No contexto dessa investigação, entende-se que isso ocorra em casos como do fragmento (28) em que jornalista se dedica a ajudar o leitor, esclarecendo certas informações nas matérias, que são pertinentes para o conhecimento do leitor. Assim, demonstra a cooperatividade do repórter.

Pode-se pensar que por se tratar de uma reportagem, o repórter tenha que necessariamente explicar cada frase empregada para uma boa abordagem do assunto. Mas, uma grande quantidade de verbalização pode tornar o texto cansativo e desagradável e afastar o interlocutor do produto. Portanto, quando o jornalista deseja ter sua face – e a imagem da revista – apreciada pelo leitor, utiliza das estratégias da polidez positiva que rompem às máximas da Cooperação.

#### 5.4.4 A polidez negativa

As estratégias para a polidez negativa se pautam a conservar a liberdade do interlocutor da mensagem, mantendo a distância social e expressando assim, o distanciamento entre falantes. Na produção discursiva da revista Planeta, pode-se observar que o uso de estratégias desse tipo para levar conhecimentos e informações sobre meio ambiente aos interlocutores, apareceu timidamente.

Enunciado (29): *Bem-vindo ao Antropoceno* (ed. 470. Nº 1).

- a) Assunto da reportagem: A matéria aborda sobre o novo período geológico que parte dos cientistas estão considerando para o planeta, o Antropoceno, ou a era dos impactos ambientais.

Neste enunciado que intitula a reportagem, observa-se pelo discurso do jornalista assim como os enunciados apresentados por ele das fontes entrevistadas, uma intenção do mesmo em diminuir a imposição sobre o interlocutor, a respeito do “Antropoceno” ser a nova era geológica do planeta. Essa postura é marcada pela presença das expressões: surgiria (p. 26), permitiria (p.28), ficaria (p. 30), deveria (p. 30) e encorajaria (p. 31). Jornalisticamente, a adoção desse tempo verbal é também uma maneira do jornalista distanciar-se da responsabilidade ao que está sendo apresentado, sendo no caso dessa reportagem, a afirmação de o planeta estar adentrando em uma era que é marcada por impactos ambientais.

A subestratégia utilizada pelo repórter foi -C (seja pessimista), que conforme Brown e Levinson (1987, p. 173) pode ser realizada pelo uso do subjuntivo. No caso do idioma português, é possível pelo uso do futuro do pretérito para fazer afirmações. O ato demonstra dúvida do falante em relação à resposta/reação do seu interlocutor. No caso do discurso jornalístico, essa subestratégia é aqui compreendida e utilizada quando o repórter tem receio da aceitação do leitor ao que lhe é apresentado. Como as estratégias da polidez negativa evitam imposição, pode-se entender que essa subestratégia ameniza a face negativa do interlocutor.

Levando em conta o contexto da reportagem, uma novidade, normalmente instiga o leitor que está atrás de conhecimentos diversos, perfil este que se encaixa

aos leitores da 'Planeta', como foi possível constatar por algumas informações fornecidas pela editora. Sob esse aspecto, o enunciado utilizado pelo repórter pode ser considerado bem conveniente para a ocasião. Além de informar o leitor de que se trata de algo que ele não tem conhecimento, o enunciado é produzido em um tom convidativo do jornalista sem soar-se impositivo, dando poder de escolha ao interlocutor em sua leitura.

A utilização de estratégias para a polidez é compreendida como relacionada à característica performativa da comunicação verbal, e por sua vez, do jornalismo. Mesmo que o discurso jornalístico não manifeste seu interesse em persuadir o interlocutor como acontece na publicidade, pelo fato de possuir efeitos ao que transmite, produz ato de ameaça à face.

Na análise da revista Planeta se pode perceber que a mesma opta em transmitir os conteúdos de maneira indireta ao seu interlocutor, rompendo com as máximas griceanas e realizando ameaça à face do interlocutor de modo implícito. Visto que as estratégias para a polidez negativa tem a função de minimizar imposições, compreende-se assim o fato do pouco uso no discurso da revista.

É conveniente mencionar também que o emprego das estratégias da polidez pode ser perceptível no espaço destinado nas publicações jornalísticas para o retorno do público. Trata-se de uma parte do periódico em são publicadas os relatos dos leitores em relação à revista. Suas insatisfações em relação ao produto/matérias apresentadas, apontamentos a algo que possa ter sido publicado erroneamente, sugestões, entre outros. A publicação da resposta dada pelo jornalista/revista nas edições posteriores demonstra a postura da revista em praticar a polidez. Por conta disso, a face tanto do jornalista como do interlocutor/leitor podem se preservar.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Meio ambiente é um assunto de relevância. O jornalismo ajuda a construir formas de pensar e agir. Essas questões instigaram a investigação de como as informações e conhecimentos têm sido levados aos leitores para que a partir de então, possam agir de maneira comprometida com o meio em que vivem. Considerando-se a língua como ação, o jornalismo assim como a própria comunicação verbal, é impulsionado por uma intencionalidade sobre o outro.

Considerando-se o papel social do jornalismo, para que algum relato possua significado a um leitor, a maneira como os conteúdos são elaborados e as circunstâncias em que são produzidos servem como um guia no percurso à comunicação. A busca pela compreensão dos significados que os jornalistas procuram passar em suas interações com os leitores, sob o entendimento da linguagem como uma atividade para se alcançar efeitos, levou à escolha pela perspectiva pragmática como eixo central para o desenvolvimento dessa pesquisa.

A opção em verificar o jornalismo de revista deu-se em virtude de se tratar de um bem cultural que se afirmou, ao longo do seu desenvolvimento, também como uma fonte de informação e conhecimentos. Levando-se em conta a produção de reportagens nesse tipo de mídia jornalística, uma maior reflexão é possibilitada ao leitor sobre determinado assunto.

Assim, estabeleceu-se uma amostra composta pelas edições da revista Planeta durante o ano de 2011 que deram constituição ao *corpus* dessa pesquisa. A ideia era investigar em uma revista de atualidades como conteúdos do tema meio ambiente são oferecidos e de que maneira são proporcionados aos interlocutores com quem o periódico interage. Para tanto, foram instituídos alguns objetivos específicos: verificar que assuntos foram publicados durante o período de seleção para constatação do enfoque dado pela revista na questão meio ambiente; e analisar que estratégias foram investidas pelos jornalistas com vista à interação com seus leitores.

Para alcançar o primeiro objetivo, sistematizaram-se categorias com base em Bueno (2007), em relação aos assuntos pertinentes ao jornalismo ambiental. Feita a categorização do material, verificou-se que nas reportagens e notas

publicadas na seção 'ambiente' o assunto que mais foi abordado no periódico durante o período de análise foi "mudanças climáticas". O tratamento dado pela revista ao conteúdo ambiental foi, majoritariamente, versando sobre estudos e pesquisas desenvolvidas ou para referir aos impactos ambientais. Visualizando pelo contexto, foi possível verificar que esse enfoque dado pela Planeta não fugiu a um cenário marcado de um lado por desastres naturais, com a ocorrência constante de vendavais e enchentes e, por outro, de eventos e acordos para o enfrentamento do aquecimento global, que têm sido veiculados pela mídia nos últimos anos.

Para cumprimento do segundo objetivo, o trabalho se apoiou no Princípio da Cooperação teorizado por Grice (1975) e nas Estratégias da Polidez, conforme modelo esboçado por Brown e Levinson (1987).

O Princípio da Cooperação tem o propósito de tornar o processo interacional eficiente, elencando subprincípios ou máximas conversacionais para esse fim. Com relação à cooperação do jornalista para com o leitor, foi percebido na análise das reportagens veiculadas na seção 'ambiente' que a revista procurou fazer uso, preferencialmente, de uma linguagem indireta para comunicar assuntos ao leitor. Essa postura dos jornalistas demonstrou a transgressão aos subprincípios da Cooperação, gerando implicaturas, isto é, proporcionando sentidos que não estão presentes no que é expresso nos enunciados, precisando que o interlocutor ative conhecimentos para interpretação correta da mensagem.

Embora a revista tenha optado pelo rompimento das máximas de conversação, é possível considerar-se que tal maneira de interagir dos repórteres seja uma estratégia bem aceita pelo público, pois essa postura é visível nas chamadas de capa da publicação, responsável pelo "chamamento" das pessoas ao consumo do produto, na maioria dos títulos das reportagens que servem como um anúncio do que os leitores encontrarão com a leitura do conteúdo, nas informações apresentadas em legendas de algumas matérias assim como em certos momentos no interior dos textos. Como o uso da linguagem de maneira indireta ocorreu em várias edições, ao pensar nos leitores dessa revista, pode-se observar que há cooperação, visto essa forma de apresentação das informações ser aceita e esperada pelo seu público, o que fornece ainda uma identidade ao periódico.

As estratégias da polidez, entendidas nesse trabalho, auxiliam para que haja um equilíbrio das imagens do jornalista e do interlocutor/leitor, e alicerça-se na "vontade" dos mesmos em agir de maneira cooperativa. O modelo de Brown e

Levinson (1987) apresenta estratégias para polidez positiva, estratégias para polidez negativa, estratégias de usos indiretos (*Off Record*) e estratégias *Bald on Record*.

No objeto empírico dessa investigação foi percebida a utilização, principalmente, de estratégias do tipo *Off Record*, que são atos comunicativos realizados de uma maneira em que não é possível identificar a intenção clara do repórter. Logo, os enunciados são de uso indireto, permitindo que ocorram implicaturas conversacionais. Uma forma de o jornalista evitar se comprometer com seus enunciados e de realizar atos de ameaça à face de maneira implícita.

As estratégias que tornam evidente a polidez positiva também se apresentaram em alguns momentos nos textos e marcam a intenção do jornalista em aproximar-se do seu interlocutor. Nesse sentido, uma aproximação com o leitor se torna essencial, sobretudo, quando se trata de matérias que envolvem questões ambientais, que precisam atender às três funções básicas do jornalismo ambiental.

Tais estratégias utilizadas pela revista para levar conhecimentos sobre meio ambiente aos interlocutores com quem dialoga, de fato, possuem relação à característica performativa do jornalismo em proporcionar efeitos ao que transmite. Levando em conta que os discursos precisam atuar de maneira persuasiva para que possam alcançar certos objetivos visando à produção de efeitos pretendidos, estratégias de usos indiretos e da polidez positiva permitem que o jornalista possa proteger sua face positiva, sob seu desejo – e da revista – de ter sua imagem apreciada e aprovada pelos interlocutores.

Um fato que chamou atenção em algumas reportagens foi a prioridade em dar voz para estudiosos e autoridades, a síndrome da “lattelização”, referida por Bueno (2007). A utilização em determinados momentos da citação direta em grande quantidade demonstrou a preocupação dos jornalistas em não se comprometerem com o assunto apresentado, buscando não demonstrar seu ponto de vista ao leitor e evitar qualquer tipo de imposição sobre esse, proporcionando ao mesmo uma maior liberdade de interpretação. Notou-se também que em algumas reportagens caberia o relato do cidadão comum.

A intenção em ora aproximar-se do interlocutor e do conteúdo apresentado, ora utilizar estratégias nos enunciados que afastam o jornalista da responsabilidade e comprometimento com que é abordado na reportagem, é entendida nesse trabalho como um comportamento adotado que varia conforme o ato de ameaça à imagem

pública que possa ocorrer para o repórter que elaborou a matéria, assim como para revista.

A comunicação não está inscrita nos discursos, vai além de sua leitura que é seu ponto de partida. O que os leitores farão com o consumo das informações é que determinará se, de fato, houve comunicação. Em razão disso, este trabalho foi desenvolvido não com o intuito de quantificar o número de estratégias utilizadas pelos jornalistas em suas matérias buscando que seus conteúdos sejam consumidos, mas sim, visualizar quais usos da linguagem são feitos, considerando que ao tratar de questões ambientais os conteúdos produzidos devem atuar na promoção de atitudes sustentáveis.

A análise do capítulo cinco permitiu apontar como no objeto de investigação desse trabalho se produzem significações e sentidos, atendendo, desse modo, ao objetivo geral da pesquisa. A produção dos enunciados predominantemente sob uma linguagem indireta e a utilização também em grande quantidade de estratégias *Off Record* demonstrou a postura da revista em atuar fornecendo informações implícitas ao que é expresso para comunicar e interagir com seus interlocutores.

Isso leva a concluir que esse uso feito da linguagem foi a maneira melhor maneira encontrada pelo periódico para falar sobre meio ambiente. A elaboração dos conteúdos do modo adotado pela revista fornece leveza ao assunto, considerando-se todos os termos técnicos que envolvem a temática ambiental. Entende-se que tal postura possibilita que os conteúdos possam tornar-se também mais atrativos aos olhos dos leitores, aguçando a curiosidade dos mesmos. Assim, pode ajudar para que as pessoas se interessem por ler os conteúdos produzidos sobre o tema, para que a partir de então, possam vir a agir em prol do meio ambiente.

É pertinente mencionar a necessidade de se realizar estudos na instância também da recepção dos conteúdos pelos leitores, com um conjunto de dados bem amplo para que se possa concluir se os discursos desse tipo de mídia contribuem para que as pessoas possam atuar de maneira comprometida com o meio ambiente.

A pesquisa realizada é uma iniciativa à investigação da produção discursiva do jornalismo pela pragmática. A utilização dos princípios teóricos para a análise tornou possível de caracterizá-la no âmbito dessa perspectiva de estudo, pois fez relação a um contexto real de uso da linguagem. Permitiu apurar como a linguagem foi utilizada pela revista na tentativa de levar conhecimentos aos leitores a respeito



do meio ambiente sem desprezar as circunstâncias contextuais, conhecimentos prévios dos interlocutores, entre outros fatores que envolvem tanto a produção como o consumo dos conteúdos. Portanto, compreende-se que na pragmática se pode encontrar subsídios teóricos que permitam pensar, realizar, compreender e aperfeiçoar o jornalismo (CHAPARRO, 2007).

Assim, entende-se que o estudo realizado apresenta uma contribuição para a comunicação, pois seu questionamento está nos conteúdos do meio ambiente que estão sendo levados às pessoas. Qual a postura que os jornalistas – e a revista – têm apresentado diante de um tema de relevância, como o meio ambiente. Além disso, um estudo da forma como esse foi proposto para analisar a produção jornalística ainda inexistente na área da comunicação.

Ao pensar no desenvolvimento de cidadãos mais comprometidos com o meio ambiente, fica a proposta para que os produtos jornalísticos que veiculam reportagens contribuam na educação escolar. Sejam trabalhados pelos professores em sala de aula para contextualizar assuntos e enriquecer o aprendizado não só referente às questões de ecologia e ciências, mas também possibilitar reflexões acerca da função social da linguagem, quanto suas possibilidades de transformação de pensamentos e práticas.

## REFERÊNCIAS

AUSTIN, J. L. **How to do things with words (1962)**. New York: Oxford University Press. 1970.

BACCEGA, M. A. Da comunicação à comunicação/educação. **Revista Comunicação e educação**, São Paulo, v. 7, n. 21, p. 7-16, 2001.

BAKHTIN, M. **Estética da criação verbal**. 4 ed. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

BELTRÃO, L. **Iniciação à filosofia do jornalismo**. 2ed. São Paulo: Edusp, 1992. 203 p. (Coleção Clássicos do jornalismo brasileiro, 5).

BRENTANO, F. **Psychology from an empirical standpoint**. New York: Humanities Press, 1973.

BOAS, S. V. **O estilo magazine: o texto em revista**. 3 ed. São Paulo: Summus editorial, 1996.

BOLLOBÁS, E. Performing texts/ performing readings: A pragmatic understanding of the revisionist interpretation of American Literature. **Journal of Pragmatic**. 39, p. 2332-2344.

BROWN, P., LEVINSON, S. **Politeness: some universals in language usage**. Cambridge: Cambridge University Press, 1987. 345 p. (Studies in interactional sociolinguistics, 4).

BUENO, W, C. **Comunicação, jornalismo e meio ambiente: teoria e pesquisa**. São Paulo: Mojoara, 2007.

BUENO, W, C. Jornalismo ambiental: explorando além do conceito. **Revista Desenvolvimento e Meio Ambiente**, Curitiba, v. 15, n. 1, p. 33-44, jan./jun. 2007.

CHAPARRO, M, C. **Pragmática do Jornalismo: Buscas práticas para uma teoria da ação jornalística**. 3 ed. São Paulo: Summus. 2007.

CUTTING, J. **Pragmatic and discourse: A resource book for students**. USA: Routledge, 2002.

DASCAL, M. **Interpretação e compreensão**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2005.  
DITTRICH, I, J. **Linguística e Jornalismo: Dos sentidos à argumentação**. Cascavel: Edunioeste, 2003.

DUARTE, J. BARROS, A (organização). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. 2 ed. 4ª reimpressão. São Paulo: Atlas, 2010.

ESCANDELL, M. V. **Introducción a la pragmática**. 2 ed. 4ª reimpressão. Barcelona: Ariel, 2008.

GARCIA, L. (org). **Manual de redação e estilo**. 26 ed. São Paulo: O globo, 1999.

GODOI, E. O que as ciências da linguagem podem dizer para os estudos em comunicação organizacional. **Organicom**. São Paulo, v. 5, n. 9, p. 50-66, jul./dez. 2008.

GRICE, P. Lógica e conversação. In: DASCAL, m. **Fundamentos metodológicos da lingüística**. Campinas: Edição particular, 1982, p. 81-103.

HYLAND, K. Persuasion and context: The pragmatics of academic discourse. **Journal of Pragmatic**. 30, p. 437-455, 1998.

KOCH, I. V. **A inter-ação pela linguagem**. 9 ed. São Paulo: Contexto, 2004.

KOCH, I. V. **Argumentação e linguagem**. 11 ed. São Paulo: Contexto, 2008.

LAGE, N. **A estrutura da notícia**. 5 ed. São Paulo: Ática, 1999.

LAGE, N. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. 9 ed. Rio de Janeiro: Record, 2011.

LAGE, N. **Linguagem jornalística**. São Paulo: Ática, 2011. e-book. Disponível em <<http://www.livrariasaraiva.com.br/produto/3666036/linguagem-jornalistica/>>

LAPLATINE, F. **Aprender antropologia**. São Paulo: Brasiliense, 2007.

LIMA, E. P. Fronteiras ampliadas de um território em conformação. In: \_\_\_\_\_. Páginas ampliadas: o livro-reportagem como extensão do jornalismo e da literatura. Campinas: Editora Unicamp, 1993. p. 15-44.

LIPOVETSKY, G. **A felicidade paradoxal. Ensaio sobre a sociedade do hiperconsumo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

LOPES, S. A. Formação da cidadania: comunicação e informação da sociedade. In LOUREIRO, C (org). **Cidadania e meio ambiente**. Salvador: Centro de Recursos Ambientais, 2003.

MARCONDES FILHO, C. **Até que ponto, de fato, nos comunicamos?** 2 ed. São Paulo: Paulus, 2007.

MELO, J. M. **A opinião no jornalismo brasileiro**. Petrópolis: Vozes, 1994.

MELO, J. M; TOSTA, S, P. **Mídia e educação**. Belo Horizonte: Autêntica, 2008. (Coleção Temas & educação).

MEY. J. **Pragmatic: and Introductions**. London: Blackwell, 1993.

MÍDIA dados Brasil 2012. Disponível em <<http://www.gm.org.br/page/midia-dados>>. Acesso em 27/04/2012.

MOURA, H. **Significação e contexto**: uma introdução a questões de semântica e pragmática. Florianópolis: Insular, 1999.

NELSON, P. **Dez dicas práticas para reportagens sobre o meio ambiente**. Brasília: WWF, 1994.

OLIVEIRA, J, A. **Afinal o que é a pragmática?** Curitiba: Prottexto, 2005.

OLIVEIRA, J, A. Pragmática e Comunicação. In: BIBLIOTECA online de ciências da comunicação. Rio de Janeiro, 2011. Disponível em <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/oliveira-jair-pragmatica-e-comunicacao.pdf>>

OLIVEIRA, J. As **dimensões pragmáticas da cooperação jornalística**. 197f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Departamento de Jornalismo e editoração da Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1999.

OTTONI, P. John Langshaw Austin e a visão performativa da linguagem. **DELTA**: São Paulo, v. 18. n. 1, 2002, p. 117-143.

PINTO, J. P. Pragmática. In: MUSSALIM, F e BENTES, A. C. (orgs). **Introdução à linguística**. 5 ed. São Paulo: Cortez, 2006. V. 2: domínios e fronteiras. p. 47-68.

REVISTA PLANETA. Mídia Kit. Disponível em

[http://editora3.terra.com.br/downloads/midiakit\\_planeta.pdf](http://editora3.terra.com.br/downloads/midiakit_planeta.pdf). Acesso em: 28/01/2012.

RAJAGOPALAN, K. A dadidade dos ditos dados na/da pragmática. In GONÇALVES, Adair; GOIS, Marcos Lócio (orgs). **Linguística e as várias vertentes**: como fazer pesquisa na área da linguagem? (título provável). São Paulo/Rio de Janeiro: Mercado de Letras, em prelo.

RAJAGOPALAN, K. O Austin do qual a linguística não tomou conhecimento e a linguística com a qual Austin sonhou. **Cadernos de estudos linguísticos**: Campinas, v. 30, p. 105-115, Jan./jun. 1996.

RAMOS, L. F. A. **Meio ambiente e meios de comunicação**. São Paulo: ANNABLUME, 1995. (Selo Universidade: 42).

RODRIGUES. A. D. **As dimensões da pragmática na comunicação**. Rio de Janeiro: Diadorim, 1995.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de revista**. São Paulo: Contexto, 2003.

SILVA, M. O. **Imagem e Verdade**: Jornalismo, linguagem e realidade. São Paulo: Annablume, 2006.

SILVERSTONE, R. **Porque estudar a mídia?**. São Paulo: Loyola, 2002.

SODRÉ, M; FERRARI, M. H. **Técnica de reportagem: notas sobre a narrativa jornalística**. 6 ed. São Paulo: Summus, 1986.

TRAQUINA, N. (org.). As notícias. **Revista Comunicação e Linguagens**, Lisboa, v. 8. p. 29-40. 1988.

TRAQUINA, N. **Teorias do jornalismo**: porque as notícias são como são. 2 ed. Florianópolis: Insular, 2005.

WALDMAN, M. Natureza e Sociedade como Espaço de Cidadania. In: PINSKY, Jaime, PINSKY, Carla Bassanezi (orgs). **História da Cidadania**. São Paulo: Contexto, 2003.

WITTGENSTEIN, L. **Investigações Filosóficas**. São Paulo: Nova Cultural, 1999.

## APÊNDICE

### RELAÇÃO DAS NOTAS JORNALÍSTICAS PUBLICADAS NA SEÇÃO AMBIENTE DA REVISTA PLANETA

Número	Edição	Título	Localização
1	460/Jan	Ponte para o Sul	30
2	460/Jan	Abrigo seguro para o urso-polar	30
3	460/ Jan	A ilha autossuficiente em energia	30
4	460/Jan	Novos recursos para a Mata Atlântica paulista	31
5	460/ Jan	Avanço do mar do caribe	31
6	461/Fev	Aquecimento global e invernos gelados	32
7	461/Fev	Mais carbono no ar, plantas maiores	32
8	461/Fev	Cotas reduzidas para o bacalhau europeu	32
9	461/Fev	Paris cria programa de aluguel de carros elétricos	32
10	461/Fev	Banco do Brasil contra o desmatamento na região	33
11	461/Fev	Águas mais quentes na costa antártica	33
12	462/Mar	Floresta Amazônica: de heroína a vilã?	40
13	462/Mar	Qualidade da água, dor de cabeça brasileira	40
14	462/Mar	China aperta o cerco à poluição	40
15	462/Mar	As dez florestas mais ameaçadas da Terra	40
16	462/Mar	2010, o ano mais quente segundo a ONU	41
17	462/Mar	Recorde de poluição no Rio	42
18	463/Abr	Revolução dos alimentos	26
19	463/Abr	Avanço transgênico	26
20	463/Abr	Veículos híbridos a ar	26
21	463/Abr	Tartarugas, os vertebrados mais ameaçados	26
22	463/Abr	Resíduos tóxicos em Johannesburgo	27
23	463/Abr	Redução no desperdício de energia	27
24	464/Mai	Israel investe pesado em dessalinização	28
25	464/Mai	Faxina no Everest	28
26	464/Mai	Desmatamento cai na Amazônia e no Cerrado	28
27	464/Mai	Buraco recorde na camada de Ozônio	28
28	464/Mai	Rio de Janeiro mais quente do século 21	29
29	465/Jun	Escala comercial para etanol celulósico	32
30	465/Jun	Energia com uísque	32
31	465/Jun	Representação federal em Belo Monte	32
32	465/Jun	Cana baixa temperatura	32
33	465/Jun	Fazenda urbana	33
34	465/Jun	Futebol pelo meio ambiente	33
35	466/Jul	Países fecham usinas nucleares	32
36	466/Jul	Emissões de CO <sub>2</sub> batem recorde	32
37	466/Jul	São Paulo aumenta controle do ar	32
38	466/Jul	Google investe em energia renovável	32
39	466/Jul	Mata Atlântica: devastação menor	33

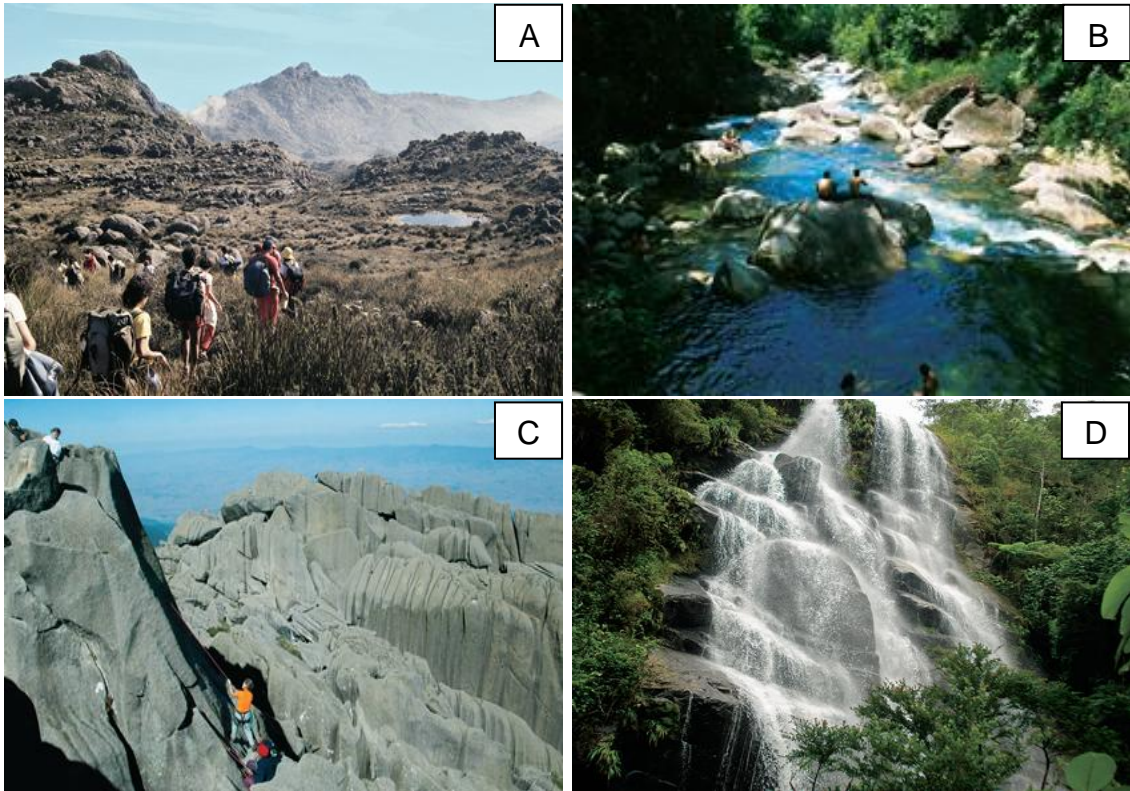
40	466/Jul	Londres incentiva carro elétrico	33
41	467/Ago	Aquecimento acelerado	38
42	467/Ago	Escola ecológica	38
43	467/Ago	Design sustentável	38
44	467/Ago	Massacre de rinocerontes	39
45	467/Ago	Custo trilionário	39
45	467/Ago	Fundo financeiro Kayapó	39
47	467/Ago	Cidade verde e inteligente	39
48	468/Set	Energia Google	46
49	468/Set	Voos com biocombustível	46
50	468/Set	A nova verdade inconveniente de Al Gore	46
51	468/Set	Báltico menos salino	47
52	468/Set	Enxofre ameniza aquecimento	47
53	468/Set	Carne artificial	47
54	469/Out	Mal na foto	46
55	469/Out	Super-reserva africana	46
56	469/Out	Aviões sustentáveis	46
57	469/Out	Etanol transgênico de milho	47
58	469/Out	Energia eólica barata	47
59	469/Out	Refugiados do calor	47
60	470/Nov	Rio, campeã da poluição?	52
61	470/Nov	Montadoras indiferentes	52
62	470/Nov	Feijão transgênico	52
63	470/Nov	Ilhas artificiais	53
64	470/Nov	Seca recorde na Amazônia	53
65	470/Nov	Lago encolhido	53
66	471/Dez	Emissões recordes de CO <sub>2</sub>	46
67	471/Dez	Recifes de coral, a primeira vítima	46
68	471/Dez	Licenças rápidas	46
69	471/Dez	Siderúrgica estoura emissões no Rio	47
70	471/Dez	Leis duras para petróleo no mar	47
71	471/Dez	Sol africano para a Europa	47



## **ANEXOS**

ANEXO 1 – Imagens utilizadas na reportagem Itatiaia: a montanha esquecida.....	110
ANEXO 2 – Imagem da reportagem: Bem-vindo ao Antropoceno.....	111
ANEXO 3 – Imagens utilizadas na reportagem: Ecologia acústica.....	112
ANEXO 4 – Imagens da reportagem 7 bilhões: Expresso Terra Lotado.....	113

## ANEXO 1– Imagens utilizadas na reportagem Itatiaia: a montanha esquecida

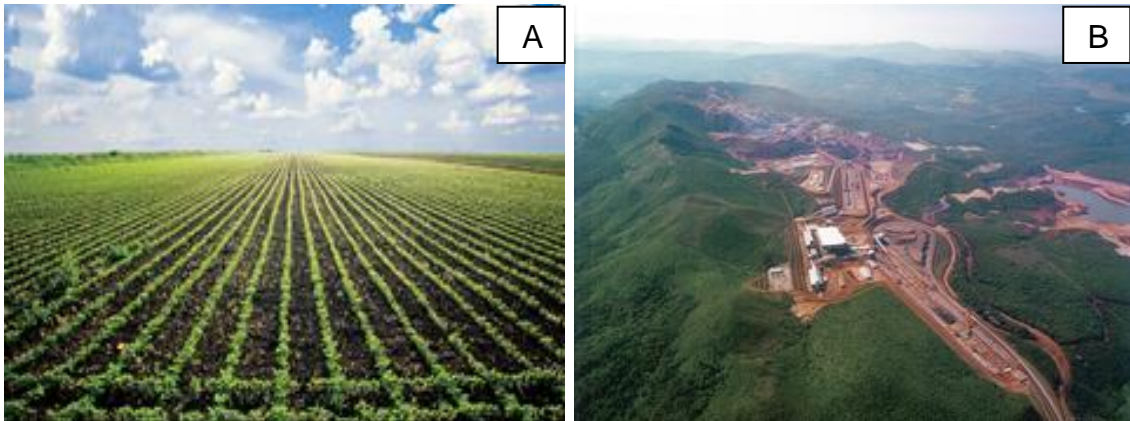


Onde: A = Paisagem lunar a 2.700 metros de altitude. B = Turistas deliciam-se no Lago Azul, piscina natural formada pelo Rio Belo. C = Escalada na parte alta do parque, rumo ao pico das Agulhas Negras (2.787 metros de altitude). D = Cachoeira Véu da Noiva, no rio Maromba, uma das principais atrações de Itatiaia.

Fonte: Revista Planeta, ed.464, maio de 2011.

Disponível em: <http://revistaplaneta.terra.com.br/secao/meio-ambiente/itatiaia-a-montanha-esquecida>

## ANEXO 2 – Imagen da reportagem: Bem-vindo ao Antropoceno



Onde: A = O surgimento da agricultura foi responsável por desmatamentos e maior emissão de CO<sub>2</sub>. B = As atividades de mineração alteram fortemente os solos em que estão localizadas.

Fonte: Revista Planeta, ed. 470. Nº 1, novembro de 2011.

Disponível em: <http://revistaplaneta.terra.com.br/secao/reportagens/bem-vindo-ao-antropoceno>

## ANEXO 3 – Imagens utilizadas na reportagem: Ecologia acústica



Onde: A = Gordon Hempton: 7 mil gravações de “músicas” da natureza. B = Folhas são painéis captadores de energia que animam a sonoridade do planeta como uma jukebox. C = A paisagem sonora é composta por todos os sons que permeiam o espaço, emitido por todos os seres.

Fonte: Revista Planeta, ed. 471, dezembro de 2011.

Disponível em: <http://revistaplaneta.terra.com.br/secao/reportagens/ecologia-acustica>



## ANEXO 4 – Imagens da reportagem 7 bilhões: Expresso Terra Lotado



Onde: A = Ondas de garrafas de refrigerantes em uma de pet na cidade de Xian, Shaanxi, na China. B = Lagos, na Nigéria, está a caminho de ser uma das maiores cidade do mundo em 2030, apesar da falta de infraestrutura urbana. C = O Japão tem a mais antiga monarquia ininterrupta do mundo, iniciada no século 6 a.c. Só em 1945 o imperador deixou de ser considerado divino. O casal real, o imperador Akihito e a imperatriz Michiko (no centro), tem dois filhos. O mais velho, o príncipe Naruhito (à esquerda do imperador), será o próximo rei. Num país com muito mais idosos do que jovens, a família real dá o exemplo, com dois filhos e quatro netos. D = A população brasileira está envelhecendo rapidamente, sem dispor de sistemas de previdência social e de saúde eficientes. A maioria dos idosos não pode pagar plano de previdência privados.

Fonte: Revista Planeta, ed. 465. Nº 1, junho de 2011.

Disponível em: <http://revistaplaneta.terra.com.br/secao/meio-ambiente/7-bilhoes-expresso-terra-lotado>